

GEFCO

LOGISTICS FOR MANUFACTURERS



Adamo Ruffo

OVERSEAS
MANAGER GEFCO

"I TRAFFICI
TRANSOCEANICI
STANNO DIVENTANDO
PER NOI SEMPRE
PIÙ IMPORTANTI"

POLITICA PORTUALE: MANCANO DECISIONI

EDITORIALE

Che fine ha fatto
lo sportello unico?

IMMOBILIARE

Grande offerta
a qualità variabile

LOGISTICA FASHION

Come sta cambiando
l'intera supply chain

**LA CONDIVISIONE
È L'IDEA VINCENTE
PER RAGGIUNGERE GLI OBIETTIVI**



LAZ
Gruppo
Logistico
www.loggd.it

La nuova idea di fare logistica

LAZIALE DISTRIBUZIONE S.P.A. VIA ARDEATINA, 2491 S. PALOMBA 00040 ROMA
TEL. 06.911471 - FAX 06.9107052

L'ITALIA "INGESSATA" **Sparito anche lo sportello unico?**

ALFREDO TOSATO, PRESIDENTE DELL'ASSOCIAZIONE NAZIONALE PROVVEDITORI APPALTATORI NAVALI, HA CHIUSO LA RELAZIONE ALLA RECENTE ASSEMBLEA DELL'ORGANIZZAZIONE CITANDO QUESTA FRASE DI ALBERT EINSTEIN: "NON PRETENDIAMO CHE LE COSE CAMBINO SE CONTINUIAMO A FARLE NELLO STESSO MODO, LA CRISI È LA MIGLIOR COSA CHE POSSA ACCADERE A PERSONE E A INTERI PAESI POICHÉ È PROPRIO LA CRISI A PORTARE PROGRESSO. È NELLA CRISI CHE NASCONO L'INVENTIVA, LE SCOPERTE E LE GRANDI STRATEGIE, CHI SUPERA LA CRISI SUPERA SÉ STESSO SENZA ESSERE SUPERATO". PURTROPPO IN ITALIA SONO POCHI A TENER COMPAGNIA A TOSATO NELLA LETTURA DEGLI SCRITTI DI EINSTEIN. LA CRISI ECONOMICA ITALIANA NON STA PORTANDO ALLA NASCITA DI ALCUNA "INVENTIVA" E ANCOR MENO DI "GRANDI STRATEGIE": SI CONTINUANO A FARE LE COSE COME SI SONO SEMPRE FATTE. L'ITALIA SI È PERSA OLTRE IL CINQUANTESIMO, SESSANTESIMO POSTO FRA I PAESI DEL MONDO PER QUANTO RIGUARDA COMPETITIVITÀ, USO DELL'INFORMATICA, ESTENSIONE DELLE RETI TELEMATICHE, REALIZZAZIONE DI INFRASTRUTTURE, MENTRE CONTINUA A MANTENERE SALDAMENTE IN VITA TUTTI I VINCOLI BUROCRATICI CHE ZAVORRANO LA NOSTRA ECONOMIA, RENDENDO DIFFICILE E ARDUO (OLTRE CHE COSTOSO) ANCHE CIÒ CHE POTREBBE ESSERE SEMPLICE. PARLIAMO DI "SEMPLIFICAZIONE" DA ANNI E NULLA È RESO "SEMPLICE". UN ESEMPIO PER TUTTI: LA QUESTIONE, ORMAI DECENNALE, DELLO SPORTELLO UNICO DOGANALE. NELL'ULTIMO DECRETO DEL GOVERNO DEDICATO ALLA RIPRESA NON SE NE TROVA PIÙ TRACCIA. È STATO DIMENTICATO O I PRIVILEGI DELLA BUROCRAZIA RESTANO SEMPRE QUELLI VINCENTI? DUE POSSIBILITÀ CHE NON LASCIANO SPERARE NULLA DI BUONO, SPREAD A PARTE.



Leader nella soddisfazione.



Specialisti nel mondo Grocery.

NUMBER 1 è l'operatore logistico italiano leader nel mondo Grocery che conosce perfettamente il vostro settore e aggiunge valore al vostro business.

La logistica secondo NUMBER 1 non è un pacchetto standard, ma un progetto realizzato su misura, in funzione delle reali esigenze di ognuno dei nostri partner.

NUMBER 1, il nostro know-how per migliorare la vostra efficienza logistica.

NUMBER 1 Logistics Group S.p.A. - PARMA - Tel. 0521.602053 - log-group@number1.it



Supply Chain Innovation

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
Mariarosa Mazzoleni
cell.335.532.7936
mazzolenimariarosa@gmail.com

Export
**OBIETTIVO PAESI
BRIC E NEXT 11** **8**

Intervista ad Adamo Ruffo
**L'OVERSEAS È SEGMENTO
STRATEGICO PER GEFCO** **16**

Immobiliare Logistico
**UNA GRANDE OFFERTA
A QUALITÀ VARIABILE** **28**

Primo Piano
**COMMITTENTI E VETTORI
ONLINE S'INTENDONO** **32**

Focus 1 - Logistica Portuale
**I PORTI SONO
SEMPRE "SOSPESI"** **37**

Magazzino del Mese
**VOICE PICKING E WMS
PER LA RISTORAZIONE** **48**

Focus 2 - Logistica del Fashion
**I GRANDI CAMBIAMENTI
DELLA SUPPLY CHAIN** **52**

IL BAROMETRO DELL'ECONOMIA **4**

NEWS **10**

DALLE AZIENDE **12**

REALTY IN MOVIMENTO

unicar

PARTNER NEI PROBLEMI
Leader nelle soluzioni

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

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

Yale 
People. Products. Productivity.



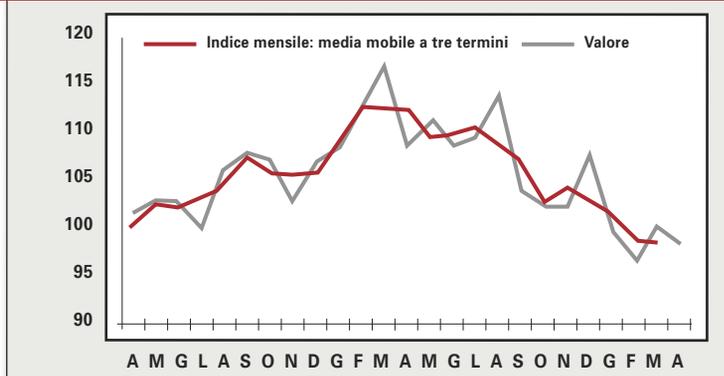
Numero Verde
800-91.18.38

www.unicar-yale.it

Italia: lento "sfaldamento"

Ordinativi dell'industria (Aprile 2010-Aprile 2012)

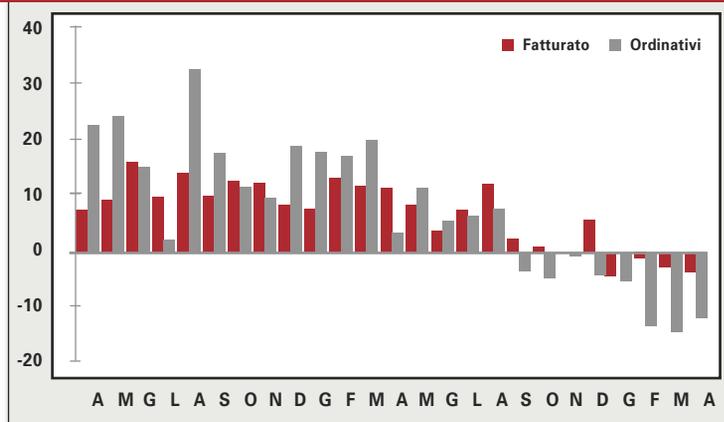
Fonte: ISTAT



Fatturato e ordinativi dell'industria

(Aprile 2010-Aprile 2012, variazioni % su stesso periodo precedente)

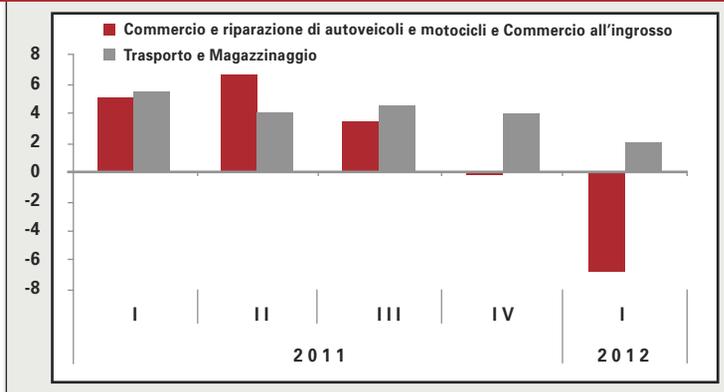
Fonte: ISTAT



Fatturato dei servizi

(1° trim. 2011-1° trim. 2012, variazioni % su stesso periodo precedente)

Fonte: ISTAT

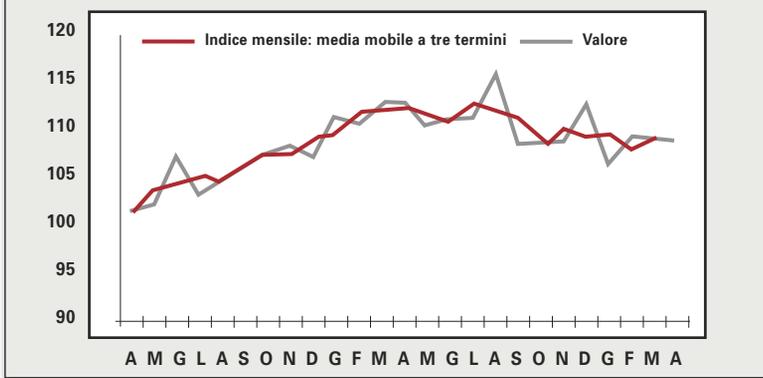


La Confindustria ha delineato un quadro sempre più pessimista per il prossimo futuro delle nostre imprese: ha rivisto in notevole ribasso il Pil sia per l'anno in corso sia per il 2013 e ha previsto un tasso di disoccupazione in crescita di circa due punti. La produzione industriale del resto non dà segni di ripresa (anche le previsioni per giugno sono in flessione). Inoltre, il fatturato dell'industria, ad aprile, al netto della stagionalità, ha registrato, rispetto al mese precedente, un calo dello 0,1% sul mercato interno e più elevato su quello estero, toccando una flessione dell'1,4%. Anche nella media degli ultimi tre mesi, l'indice totale scende dello 0,2% in confronto a quello dei tre mesi precedenti. In termini tendenziali, ossia a confronto con lo stesso mese dell'anno scorso, l'indice del fatturato totale, corretto per gli effetti del calendario (i giorni lavorativi quest'anno sono stati 19 contro i 20 di aprile 2011), scende del 4,1%, con un calo molto marcato sul mercato interno (7%) e un aumento del 2,6% su quello estero. Questi dati (pesante flessione sul mercato domestico e lenta crescita su quello estero) dimostrano per l'ennesima volta che senza provvedimenti tesi a stimolare la domanda interna (come un allentamento della pressione fiscale) appare veramente complicato pensare di avviare la ripresa. Oltretutto, il contributo più ampio alla caduta dell'indice del fatturato industriale viene dalla componente interna dei beni intermedi. Ancora peggio vanno le cose sul fronte degli ordinativi. Evento quest'ultimo che spiega le forti preoccupazioni della Confindustria, che è anche intervenuta, in occasione del summit europeo di fine giugno, inviando una lettera, insieme ad altre organizzazioni (Abi, Ania, Alleanza delle cooperative, Rete imprese Italia), a José Manuel Barroso, presidente della commissione europea, e a Herman Van Rompuy, presidente del consiglio europeo, chiedendo un "patto per la crescita", con l'attivazione di strumenti che siano concretamente in grado di sostenerla. Tornando agli ordinativi dell'industria, si è registrata, sempre ad aprile, una riduzione sul mese precedente dell'1,9%, sintesi di una diminuzione dello 0,3% degli ordinativi interni (già in forte calo a marzo su febbraio) e del 4% di quelli esteri. Quest'ultimo dato indica che si profilano rallentamenti anche sulla produzione industriale destinata all'esportazione. Nella media degli ultimi tre mesi, gli ordinativi totali diminuiscono del 4,7% rispetto al trimestre precedente. Se paragoniamo l'andamento degli ordini con quanto si è registrato in

Flessioni del fatturato per raggruppamenti d'impres

Fonte: ISTAT

(Aprile 2012, variazioni % su indice base 2005)



questo campo nello stesso periodo del 2011, il risultato non lascia spazio a ottimismo di sorta: su aprile dell'anno scorso, l'indice è calato del 12,3%. Tutti i settori delle attività industriali, rispetto al 2011, sono in flessione, con punte massime nella fabbricazione di mezzi di trasporto (meno 16,5%), dove si sconta il calo delle

vendite di automobili, nella fabbricazione di macchinari e attrezzature (meno 15%) e nella fabbricazione di apparecchiature elettriche (meno 13,3%). Anche i dati di altri settori rilevanti per il nostro export sono in aprile negativi rispetto allo stesso mese dell'anno scorso: il fatturato delle industrie alimentari e delle bevande è

calato del 6,1%, quello delle industrie tessili, dell'abbigliamento, delle pelli e degli accessori ha perso il 6,3%, quello dell'industria del legno e della carta è calato dell'8,1%. Questi ultimi due grandi comparti hanno perso ancora di più sul versante degli ordinativi: 8,2% il primo e 11,4% il secondo.

>



Il trasporto del futuro!

Il mio  eBid[®]. Il mio consiglio per risparmiare tempo.



Cercare nuovi trasportatori costa tempo e complicate valutazioni. Ma, con TC eBid[®], la piattaforma online per tender di trasporti a livello europeo, può migliorare il suo lavoro: inserendo un tender in TC eBid[®], raggiunge 30.000 potenziali fornitori di servizi di trasporto. Provi gratuitamente la piattaforma e presto potrà dire anche Lei: "Il mio TimoCom. Il mio vantaggio."

Ulteriori informazioni su TC eBid[®] e gli altri prodotti TimoCom al Numero Verde 008000 8466266.

www.timocom.com

Area Euro

L'economia reale anche nell'area euro non dà segni di risveglio: secondo l'Ocse chiuderà in recessione il 2012 per espandersi nel 2013, con il Pil che si dovrebbe attestare su un più 1%. Anche la Bce prevede per quest'anno il Pil a me-

no 0,1% e a più 1% per il 2013, anno in cui dovrebbe anche rallentare l'inflazione. È in realtà un'Europa sempre più a due velocità quella che si sta delineando, con da una parte la Germania che continua a "tenere" (a maggio, disoccupazione in

calo con il tasso a 6,7% e Pil in crescita dell'1% su maggio 2011) e dall'altra parte i paesi periferici, con un tasso di disoccupazione che continua a salire. In generale, stagnano i consumi (vendite al dettaglio in calo del 2,5% in aprile). ■

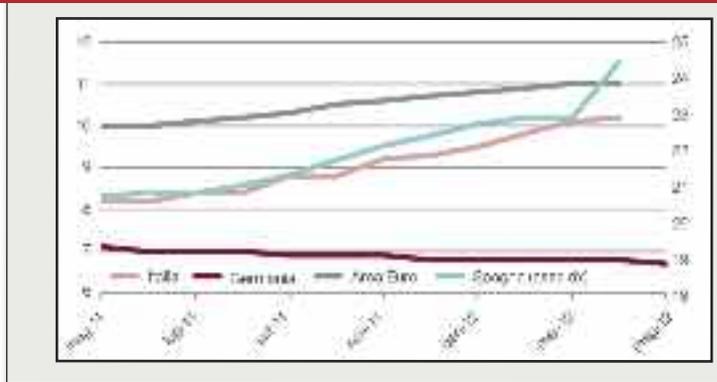
Stime della BCE

Fonte: BCE

Marzo 2012	Min-Mass		Stima centrale	
	2012	2013	2012	2013
Inflazione	2,1-2,7%	0,9-2,3%	2,4%	1,6%
Pil 27	-0,5-0,3%	0,0-2,2%	-0,1%	1,1%
Giugno 2012				
Inflazione	2,3-2,5%	1-2,2%	2,4%	1,6%
Pil 27	-0,5-0,3%	0,0-2%	-0,1%	1,0%

Tasso di disoccupazione

Fonte: Eurostat



Indicatori a confronto

Fonte: MPS

Periodo	USA		Area Euro		Italia		
	Dato precedente		Dato precedente		Dato precedente		
Pil a/a	Q1 2012	1,9	3,0	-0,1	0,7	-1,3	-0,5
Produzione industriale a/a	marzo-2012	5,2	3,6	-2,2	-1,8	-5,8	-6,8
CPI a/a *	maggio-2012	2,3	2,6	2,4	2,6	3,2	3,3
CPI core a/a **	aprile-2012	2,3	2,3	1,6	1,6	2,2	2,3
Disoccupazione	aprile-2012	8,2	8,1	11,0	11,0	10,2	10,1

*indice prezzi al consumo **indice prezzi al consumo esclusi alimentari ed energia

THE ECONOMIST

Obama a rischio

Benjamin Friedman, economista, professore all'università di Harvard, nel 2006, scrisse un libro dal titolo "Le conseguenze morali della crescita economica", nel quale argomentava che un'economia forte e stabile "apre le porte alla tolleranza delle diversità, alla mobilità sociale, alla 'dedizione' verso i principi democratici". Aggiungeva, poi, che quando questa buona e certa condizione economica viene meno, o comunque viene messa fortemente in discussione, i cittadini non "restano più così buoni e tolleranti". In una recente intervista



rilasciata alla rivista International Economy, il professor Friedman è tornato sull'argomento: "Quando la popolazione perde fiducia nel suo futuro, vede con preoccupazione le prossime proprie condizioni di vita e l'ottimismo e la confidenza calano bruscamente, il paese entra in un periodo di rigidità e di 'arretramento'". Allora ogni sorta di eventi può accadere". Inoltre, il passaggio più pericoloso di questo percorso, secondo Friedman, si verifica quando la popolazione inizia a fare paragoni tra la sua attuale condizione e quella di un recente passato. Se il risultato di tale confronto è negativo o desta forti preoccupazioni, "le persone diventano ostili e protettive, si chiudono sulle proprie posizioni che difendono con forza, arrivando a consolidare qualche vantaggio, anche togliendo opportunità ad altri". Secondo il professore di Harvard, gli Usa sono oggi in tale situazione. I sondaggi sulla campagna elettorale stanno dando ragione a questa tesi: dopo la decisione di riconoscere il permesso di soggiorno a 800 mila giovani immigrati clandestini, Obama ha perso decisamente quota (circa il 6% dei consensi) tra la popolazione bianca con un livello d'istruzione sotto la scuola superiore. Nota il giornalista di New Republic, Nate Cohn: "Considerando che il presidente ha già perso, causa la crisi, milioni di democratici tradizionali tra la classe operaia, tale ulteriore perdita di consensi lo pone nelle stesse condizioni in cui si sono trovati in passato gli aspiranti presidenti democratici Walter Mondale e George McGovern. Probabilmente sta sempre più prendendo corpo in vasti settori della popolazione bianca e della working class l'idea che Obama 'non sia uno di noi' e favorisca altri segmenti di elettorato". Un'idea che potrebbe ulteriormente peggiorare le chance del presidente, già notevolmente scese, per una sua rielezione. ■

Allora ogni sorta di eventi può accadere". Inoltre, il passaggio più pericoloso di questo percorso, secondo Friedman, si verifica quando la popolazione inizia a fare paragoni tra la sua attuale condizione e quella di un recente passato. Se il risultato di tale confronto è negativo o desta forti preoccupazioni, "le persone diventano ostili e protettive, si chiudono sulle proprie posizioni che difendono con forza, arrivando a consolidare qualche vantaggio, anche togliendo opportunità ad altri". Secondo il professore di Harvard, gli Usa sono oggi in tale situazione. I sondaggi sulla campagna elettorale stanno dando ragione a questa tesi: dopo la decisione di riconoscere il permesso di soggiorno a 800 mila giovani immigrati clandestini, Obama ha perso decisamente quota (circa il 6% dei consensi) tra la popolazione bianca con un livello d'istruzione sotto la scuola superiore. Nota il giornalista di New Republic, Nate Cohn: "Considerando che il presidente ha già perso, causa la crisi, milioni di democratici tradizionali tra la classe operaia, tale ulteriore perdita di consensi lo pone nelle stesse condizioni in cui si sono trovati in passato gli aspiranti presidenti democratici Walter Mondale e George McGovern. Probabilmente sta sempre più prendendo corpo in vasti settori della popolazione bianca e della working class l'idea che Obama 'non sia uno di noi' e favorisca altri segmenti di elettorato". Un'idea che potrebbe ulteriormente peggiorare le chance del presidente, già notevolmente scese, per una sua rielezione. ■

SEBINO

FIRE PROTECTION®

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

SEBINO
FIRE PROTECTION®

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

www.sebino.eu

Obiettivo Bric e Next 11

L'economia in forte crisi a livello globale, il protrarsi di un periodo di recessione particolarmente grave in Italia e la continua contrazione dei consumi interni sono i fattori che da tempo contraddistinguono la situazione congiunturale del nostro paese con la conseguenza di mettere in grande difficoltà l'industria italiana. Colpite dalla sta-

lisi innovativo delle opportunità offerte dalle esportazioni che quest'anno si focalizzerà sui Bric (Brasile, Russia, India e Cina), Ucraina e i cosiddetti Next 11 - undici paesi emergenti: Bangladesh, Egitto, Indonesia, Iran, Corea del Sud, Messico, Nigeria, Pakistan, Filippine, Turchia e Vietnam - che hanno mostrato uno sviluppo estremamente dinamico negli anni recenti e promet-

tenenze e ritiene che la profonda conoscenza di entrambe le strutture del mondo dei distretti industriali e delle Pmi italiane possa offrire uno strumento di analisi indispensabile alle aziende per la crescita del proprio business".

Lo scenario internazionale, così come risulta dal Trade Performance Index dell'Wto Uncatad, che analizza i primi 10 posti delle classifiche mondiali di competitività del commercio estero di 14 settori - alimenti freschi; alimenti trasformati; legno e carta; tessili; chimica e farmaceutica; cuoio e calzature; manufatti di base; meccanica non elettronica; IT ed elettronica di consumo; componenti e apparecchi elettrici ed elettronici; mezzi di trasporto; abbigliamento; altri manufatti diversi; minerali -, evidenzia che i primati del Made in Italy nel 2010 hanno fatto registrare 262,4 miliardi di dollari di esportazioni. Questo risultato dimostra che l'Italia, nonostante la difficile situazione economica, ha numerose eccellenze che ricoprono importanti primati nella classifica dell'export mondiale, con tre primi posti e tre secondi posti, posizionandosi appena dietro la Germania (con 9 tra primi e secondi posti) e davanti alla Cina che, in questi 14 settori, vanta un solo secondo posto.

L'elemento distintivo è rappresentato infatti dal Made in Italy e, in particolare, il settore delle 4A -ovvero Automazione, Abbigliamento, Arredocasa, Alimentari - i cui prodotti rappresentano le eccellenze dell'industria manifatturiera italiana che assicurano all'Italia posizioni di leadership a livello internazionale con significative performance nell'export. A livello globale, è interessante notare che nel 2011 i più grandi e blasonati Bric, per l'Italia, rappre-



Il settore delle 4A, automazione, abbigliamento, arredocasa, alimentari, è l'elemento distintivo del nostro export

gnazione dei consumi sono soprattutto le piccole e medie imprese che vedono deboli prospettive di crescita per i prossimi anni e che, per trovare un impulso positivo al loro business, avvertono la necessità di guardare verso nuovi mercati e di operare in nuovi scenari. Proprio per orientare le aziende italiane nella scelta dei mercati con le migliori prospettive di sviluppo per ciascun settore di riferimento produttivo, GEA - società di consulenza strategica indipendente che da 46 anni accompagna le imprese italiane nella loro crescita culturale e nell'evoluzione manageriale - e la Fondazione Edison hanno creato l'Osservatorio GEA-Fondazione Edison: uno strumento di ana-

lisi innovativo delle opportunità offerte dalle esportazioni che quest'anno si focalizzerà sui Bric (Brasile, Russia, India e Cina), Ucraina e i cosiddetti Next 11 - undici paesi emergenti: Bangladesh, Egitto, Indonesia, Iran, Corea del Sud, Messico, Nigeria, Pakistan, Filippine, Turchia e Vietnam - che hanno mostrato uno sviluppo estremamente dinamico negli anni recenti e promet-

tono, ancora per i prossimi anni, i tassi di crescita più interessanti per l'export italiano. "Considerato che i paesi emergenti guidano la crescita del Pil mondiale, tanto che nel 2016 rappresenteranno oltre il 41% del totale mondiale, di cui si stima che i soli quattro Bric raggiungano il 30,5% e che proprio nei Bric vive il 41,8% della popolazione mondiale, sono questi i paesi chiave per la crescita delle aziende italiane che, grazie a uno strumento come l'Osservatorio, potranno scegliere dove indirizzare i propri investimenti" afferma Andrea Carrara, Managing Director di GEA. Che aggiunge: "GEA ha scelto di collaborare con la Fondazione Edison perché crede nell'unione delle

Istanbul, il museo di Santa Sofia. Tra i paesi con economia emergente, la Turchia si sta dimostrando uno dei mercati più rilevanti per l'export italiano

sentano 27,8 miliardi di euro di export ma anche i Next 11 presentano la cifra comparabile di 23,6 miliardi di euro. Se prendiamo a riferimento i dati del 1999, la dinamica di crescita dei Bric per l'Italia è stata pari a 4 volte (da 6,7 a 27,8 miliardi di euro) e quella dei Next 11, sempre per l'Italia, è stata di 2,7 volte (passando da 8,7 a 23,6 miliardi di euro). Sui Bric, la Germania ha mostrato una dinamica di crescita superiore a quella italiana (6,5 volte), mentre sui Next 11 la dinamica è stata leggermente inferiore alla nostra (2,6 volte). Se i Next 11 saranno veramente i prossimi a sbocciare, come nello scorso decennio lo sono stati i Bric, si tratta di un'occasione irripetibile per la nostra industria nazionale. "I dati elaborati dall'Osservatorio evidenziano come nel 2010 l'Italia si trovi al 4° posto assoluto, dopo Cina, Germania e Stati Uniti, per competitività nell'export mondiale tra i paesi del G20, con 923 prodotti in cui occupa posizioni di primo piano - spiega Marco Fortis, vicepresidente della Fondazione Edison -. Di questi, i prodotti in cui il nostro paese è il 1° esportatore mondiale sono ben 239; 334 sono quelli in cui è in seconda posizione e 350 quelli in cui è al terzo posto. Il tutto per un valore complessivo pari a 173 miliardi di dollari".

Tra i paesi più interessanti per l'export italiano, sia in termini di numero di prodotti che occupano i primi tre posti nella classifica dell'export mondiale sia per valore, c'è la Turchia, verso cui l'Italia nel 2010 detiene 1.535 tra primi, secondi e terzi posti, per un valore di 8.264 milioni di dollari. Fra i 490 primi posti, i più rilevanti sono rappresentati da parti ed accessori di trattori e di autoveicoli, con un fatturato di 589 milioni di dollari; dalle macchine ed appa-

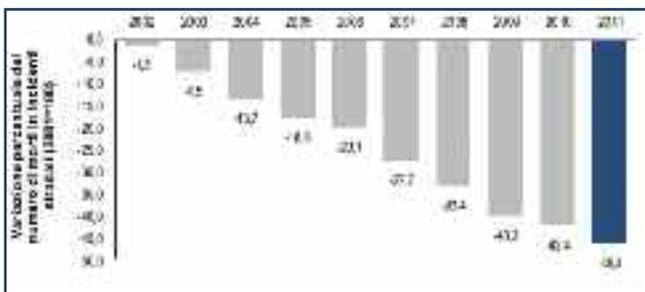


recchi per il trattamento dei metalli (326 milioni di dollari); dalle minuterie ed oggetti di gioielleria e loro parti (182 milioni di dollari); dalle rotaie di ghisa, di ferro o di acciaio (96 milioni di dollari); dalle automotrici ed elettromotrici (81 milioni di dollari). Nel caso della Turchia, il dettaglio evidenzia che il valore dell'export italiano di minuterie e oggetti di gioielleria è di 182 milioni di dollari, mentre il fatturato dei mobili di legno è pari a 27 milioni di dollari. Nel settore alimentare, invece, 3 milioni di dollari derivano dall'export di farina e agglomerati in forma di pellets e 4 milioni da quello di cioccolata in tavolette o barre. In Cina, evidenziamo le macchine per imballaggio e le loro parti per un totale di 520 milioni di dollari, piuttosto che i mobili da salotto (76 milioni di dollari) ed i tessuti di lana e le pelli conciate (161 milioni di dollari). Per la Russia possiamo citare le calzature (409 milioni di dollari), i mobili (388 milioni di dollari), insieme con vini, spumanti, vermouth (totale 150 milio-

ni di dollari) e per l'Egitto parti di turbine a gas, caldaie ad acqua surriscaldata e valvolame per un totale di 300 milioni di dollari). Infine, per l'Ucraina i mobili (91 milioni di dollari), le calzature e l'abbigliamento (totale 110 milioni di dollari). "Le aziende italiane devono cimentarsi in questa nuova sfida, per recuperare, almeno in parte, il calo dei consumi interni - conclude Carlo Marioni, Senior Partner di GEA. - Attraverso i dati elaborati dall'Osservatorio GEA-Fondazione Edison per ogni singolo settore e per tipologia di prodotto, possiamo accompagnare le aziende sui mercati più promettenti, offrendo un servizio su misura delle esigenze di ogni singola realtà. Naturalmente, questa informazione deve essere unita ad una solida strategia di prodotto che esplori in modo efficace e realistico i bisogni dei mercati di destinazione, individuando le soluzioni specifiche, contenendo la complessità di prodotto e, quindi, i costi, per arrivare all'obiettivo con efficacia e competitività". ■

Calano gli incidenti e le vittime sulla strada

L'anno scorso, sulla base di una stima preliminare, pubblicata dall'Istat e dall'Automobile Club, sulle strade italiane sono diminuiti gli incidenti con lesioni a persone. Infatti, si sono verificati 205 mila incidenti, con un calo rispetto al 2010 del 3%, mentre il numero dei feriti è stato pari a 292 mila (meno 3,5% sul 2010) e quello delle vittime si è attestato a quota 3.800 (con una diminuzione in confronto all'anno precedente del 7,1%). L'indice di mortalità (ovvero il rapporto tra numero dei morti e numero degli incidenti con lesioni moltiplicato per



100) è stato pari nel 2011 a 1,85, in lieve diminuzione rispetto al valore registrato nel 2010 (1,93). Tale indice, secondo la tipologia delle strade, è risultato pari a 3,2 per le autostrade (era 3,1 nel 2010), a 1,0 per le strade urbane (contro 1,1 dell'anno precedente) e 4,8 per quelle extraurbane (5,0).

Un risultato incoraggiante, ma che non ha ancora raggiunto l'obiettivo fissato dall'Unione europea nel Libro Bianco del 2001, che prevedeva una riduzione della mortalità del 50% sul dato 2001 entro il 2010. L'Italia, con i dati della stima preliminare, che potrebbe essere rivista in sede definitiva, si è attestata nel 2011 a meno 46,4% (con un miglioramento del dato del 2010, pari a meno 42,4%). Nell'Unione europea molti paesi hanno fatto meglio di noi: il tasso di mortalità, calcolato come rapporto tra il numero di morti per incidente stradale e la popolazione residente, è per l'Italia pari a 63, mentre nel Regno Unito, il paese più virtuoso, è 32, altri paesi hanno un tasso migliore del nostro, come l'Olanda e la Svezia (entrambi sotto la soglia 40), Danimarca, Irlanda, Germania, Spagna, Finlandia, Slovacchia, Francia e Austria. La "maglia nera" dell'Unione è la Polonia, (preceduta da Grecia, Romania, Lituania) con un tasso pari a 109. Anche a seguito dell'iniziativa dell'Assemblea generale delle Nazioni Unite, che ha proclamato il 2010-2020 come il decennio delle iniziative nel mondo per ridurre le morti sulle strade, la commissione europea ha rilanciato le linee guida per migliorare e rendere



più sicura la viabilità basate su sette principali obiettivi: migliorare la sicurezza dei veicoli; realizzare infrastrutture più sicure; incrementare le tecnologie intelligenti; rafforzare l'istruzione e la formazione degli utenti della strada; migliorare i controlli; fissare un obiettivo per la riduzione dei feriti in un incidente stradale; prestare maggiore attenzione alla sicurezza dei motociclisti.

Alta velocità ferroviaria in Spagna

Nonostante la gravissima crisi economica, la Spagna continua a investire nelle infrastrutture ferroviarie. A Madrid, è stato firmato un accordo tra la vicepresidente della Banca europea degli investimenti, Magdalena Alvarez Arza, e il presidente dell'amministrazione spagnola delle infrastrutture ferroviarie, Enrique Verdeguer, per la concessione di un prestito di 500 milioni di euro da destinarsi alla realizzazione della tratta alta velocità denominata "Basque Y": 140 chilometri, attualmente in costruzione (la fine dei lavori è prevista per il 2017), che collegheranno Bilbao, Vitoria e San Sebastian. La Bei ha previsto di stanziare nel prossimo futuro una seconda tranche dello stesso importo. Il prestito dovrà essere restituito nell'arco di trent'anni.

Crescono le esportazioni dalle regioni italiane

Nel primo trimestre dell'anno, diverse regioni hanno decisamente migliorato le loro esportazioni rispetto al quarto trimestre dello scorso anno: la Sicilia (più 30,4%), la Toscana (più 14,2%), la Puglia (più 10,1%), la Campania (più 7,5%), l'Emilia Romagna (più 7,4%), la Lombardia (più 6,4%), le Marche (più 6,2%). Tutte queste regioni hanno mostrato una crescita dell'export superiore alla media nazionale di tale incremento (più 5,5%). In flessione marcata sono state invece la Basilicata (meno 38,9%), il Molise (meno 26%), la Valle d'Aosta (meno 17,4%) e la Liguria (meno 12,9%). Per le altre regioni, è da segnalare che due particolarmente dinamiche sul fronte dell'export, come il Piemonte e il Veneto hanno registrato aumenti sotto la media nazionale con rispettivamente più 5,1% e 2,1%. Il dato della Sicilia è da ascrivere alle vendite principalmente sui mercati dei paesi Opec e della Turchia di coke e di prodotti petroliferi raffinati. Sotto l'aspetto della destinazione dell'export, le vendite nei paesi dell'Unione europea sono cresciute in totale solo dello 0,9%. La regione che ha maggiormente contribuito a tale risultato è stata l'Emilia Romagna con un aumento delle sue vendite nell'area del 7,1%. In crescita sui mercati comunitari anche Toscana, Lazio, Puglia e Sicilia. Invece sui mercati extra-Ue, i maggiori incrementi sono stati messi a segno dalla Lombardia, dalla Toscana, dall'Emilia Romagna e ancora dalla Sicilia. Come detto, per quanto riguarda i settori merceologici oggetto del nostro export, la Sicilia migliora le sue performance su coke e prodotti petroliferi raffinati (settore dove invece il Lazio è in calo), mentre la Toscana e la Lombardia (con un forte export verso gli Stati Uniti e la Svizzera) si segnalano nel comparto dei prodotti in metallo, ancora la Lombardia e il Piemonte per macchinari e apparecchiature, il Lazio ha invece aumentato le vendite di articoli farmaceutici, chimici-medicinali e botanici. Sono, invece, in riduzione dalla Lombardia le vendite di legno e prodotti in legno, dalla Basilicata e dal Lazio quelle di autoveicoli (con un rispettivo calo del 48,3% e del 38,7%), dall'Emilia Romagna di apparecchiature elettriche. ■



www.ecranetvdo.it

www.dico.it

Numero Verde

VDO Telematics: per orientarsi nella telematica senza imprevisti.

VDO affianca la tecnologia telematica al tachigrafo digitale per rendere più efficiente la tua flotta.

VDO Telematics offre soluzioni modulari che, nel rispetto degli obblighi di legge, permettono di scaricare i dati tachigrafici da remoto, localizzare i propri mezzi, pianificare viaggi e percorsi da seguire (navigazione assistita truck), comunicare tramite messaggistica con i propri assistiti e ricevere, elaborare e valutare i dati relativi al consumo di carburante e ad altre informazioni tecniche del veicolo (dati FMS/CAN-bus).



vdo telematics.it@continental-corporation.com

Continental Automotive Trading Italia Srl
Via Verdi, 90
20078 Monza (MI) - Italia
Tel. +39 039 240011 - Fax +39 039 2400139

VDO

Toyota: impegno europeo per la salute e la sicurezza

Toyota Material Handling Europe, leader nella produzione e commercializzazione di mezzi e soluzioni per la movimentazione delle merci, è stata nominata partner ufficiale per la nuova campagna europea "Ambienti di lavoro sani e sicuri", intitolata quest'anno "Lavoriamo insieme per la prevenzione dei rischi". L'iniziativa è stata promossa dall'Agenzia europea per la sicurezza e la salute sul lavoro. Per i prossimi due anni, l'Agenzia e Toyota collaboreranno strettamente su questi due temi e si impegneranno al fine di contribuire a ridurre i rischi sul posto di lavoro. Nell'Unione europea, ogni 35 minuti una persona muore per infortuni o per la conseguenza di malattie riconducibili all'ambiente di lavoro. Milioni di lavoratori subiscono



In Europa, ogni 35 minuti muore una persona per infortunio o per conseguenza di una malattia contratta sul posto di lavoro

traumi fisici o psicologici prevenibili e connessi alla loro attività. La nuova campagna europea si propone di incoraggiare il management delle aziende a dare prova di leadership nell'ambito della sicurezza e della salute consultandosi apertamente con i lavoratori e i loro rappresentanti al fine di collaborare nella valutazione dei rischi e intraprendere congiuntamente azioni volte a eliminarli. L'Agenzia e Toyota hanno vissuto già una partnership di grande successo nel biennio 2010-2011 quando promossero in tutta Europa le regole per una "Manutenzione sicura". Toyota, per questa nuova iniziativa, si è posta l'obiettivo di sviluppare in primo luogo la ricerca e la formazione

e di moltiplicare lo scambio di idee e di esperienze sui due temi centrali della campagna.

Nuovo centro servizi aperto dalla Chep

Chep è leader mondiale nelle soluzioni di imballaggio riciclabili, restituibili e gestite: infatti, spedisce, raccoglie e spedisce nuovamente oltre 300 milioni di pallet e contenitori tramite una rete globale di service center, aiutando così i clienti a consegnare puntualmente i loro prodotti a distributori e punti vendita. Questa rete è stata ampliata con un nuovo centro, aperto a Cerea, in provincia di Verona, che è diventato il quattordicesimo del network italiano che copre l'intero territorio nazionale, comprese le isole. Per il lavoro di Chep, i centri servizi sono fondamentali in quanto al loro interno si svolgono le parti più importanti e delicate di tutta l'attività. In particolare vi si organizza: la spedizione dei pallet secondo le quantità richieste dai clienti e il loro recupero (sono tutti contraddistinti dal logo aziendale e di colore blu, quindi inconfondibili) nei luoghi dove sono stati portati e lasciati dai clienti per la distribuzione delle merci. Una volta recuperati, i pallet vengono riportati presso il centro servizi dove vengono controllati in conformità ai protocolli qualitativi dell'azienda (vengono consegnati solo quelli in perfette condizioni). Il nuovo centro veronese ha una superficie coperta di 1.900 metri quadrati, mentre l'area scoperta ne conta 3.900. E' dotato di due impianti di selezione semi manuale e di quattro banchi di riparazione per il ripristino dei pallet danneggiati attraverso una verifica di stabilità e l'eventuale sostituzione delle parti rotte. "Siamo soddisfatti per l'apertura di questo nuovo centro che ci consente di coprire in maniera ancora più capillare aree come quelle del Veneto e della Lombardia che movimentano grandi volumi di merci ogni giorno. E' un nuovo passo in avanti che sottolinea la nostra volontà e il nostro impegno per offrire ai clienti un servizio di altissimo livello", ha dichiarato Luca Rossi, General Manager di Chep Italia.

Panattoni consegna due magazzini nel Park di Rolo

Panattoni Europe ha consegnato alla società Anixter Italia, all'inizio di giugno, l'ultima unità costruita nel Parco logistico di Rolo, in provincia di Reggio Emilia. Il magazzino si trova alle spalle di quello realizzato e affittato da DHL nel 2011, ha una superficie calpestabile di circa 4.500 metri quadrati, di cui 500 destinati a uffici e laboratori, mentre il resto è dedicato alla logistica intensiva. Oltre a rispettare tutte le norme antisismiche, è dotato di un pavimento a elevata capacità e resistenza per consentire undici livelli di stoccaggio e il transito di carrelli elevatori a guida magnetica, con cabina dell'operatore in grado di elevarsi fino all'ultimo piano della scaffalatura, a dieci metri di altezza. Anixter è una corporation americana che produce e distribuisce elementi di fissaggio e minuteria per l'industria meccanica, oltre a cavi elettrici ed elettronici per le industrie della co-



municazione e della sicurezza. La consegna è avvenuta rispettando i tempi concordati a novembre scorso e in un momento opportuno in quanto il magazzino dell'Anixter situato a Reggiolo ha subito danni a seguito del terremoto. A metà maggio, Panattoni aveva anche consegnato l'unità F3 del primo immobile realizzato nel Park, finito di costruire a inizio del 2009, all'operatore Urban Logistica, che ha rimpiazzato il precedente conduttore del magazzino. Urban è la società che cura la logistica delle società del gruppo tedesco Linde nella

Frigoscandia

Quando la logistica del "freddo" diventa "core business"

Frigoscandia, nata nel 1971 come filiale italiana di una multinazionale scandinava di servizi per l'industria alimentare e diventata azienda nazionale nel 1982, è costantemente cresciuta in parallelo con l'aumento sul mercato italiano dei consumi di alimenti surgelati. Sul versante logistico del mercato del "freddo", l'azienda si è sempre più specializzata, mirando a offrire ai clienti affidabilità, efficienza e sicurezza: tre aspetti

di grande rilievo quando si parla di prodotti destinati all'alimentazione. L'azienda lavora con un "Sistema



Qualità" certificato da DNV UNI EN ISO 9001:2000.

Frigoscandia opera principalmente

nel nord del paese, garantendo i trasporti e facendo leva sul magazzino di San Pietro all'Olmo (sette chilometri da Milano San Siro), 140 mila metri cubi con otto celle frigorifere, attrezzato con tecnologie di ultima generazione. La gestione è affidata a software appositamente sviluppati e l'alimentazione delle celle è garantita anche in caso di black-out prolungati. Frigoscandia, inoltre, mette a disposizione dei clienti una serie di procedure informatiche che permettono loro di consultare saldi, scadenze, situazione giacenze e ogni altra informazione logistica. ■

fornitura di carrelli elevatori a marchio Still, OM e appunto Linde. Le due trattative sono state concluse con il supporto di Jones Lang Lasalle (Anixter) e di Redilco (Urban). Con queste consegne, sono 78.500 i metri quadrati realizzati e affittati a Rolo da Panattoni (che sviluppa l'impianto nell'ambito di una joint venture con la britannica Standard Life Investments). Sandro Innocenti, direttore generale della Panattoni Italia, ha sottolineato con soddisfazione la conclusione di questi due nuovi contratti che consentono di guardare con un certo ottimismo all'attuale delicato momento del mercato, nonostante la continua diffidenza degli operatori e degli investitori stranieri verso il sistema Italia.

Fai Service partner del prossimo Transpotec Logitec

Transpotec Logitec 2013, Salone internazionale della logistica integrata e dei trasporti, organizzato da Fiera Milano, si terrà a Verona dal 28 febbraio al 3 marzo. Questa prossima edizione si svolgerà con un'impostazione del tutto nuova, infatti non sarà una semplice fiera, ma un'occasione d'affari che andrà oltre l'esposizione, ponendosi come luogo d'incontro tra domanda e offerta, espressamente pensato per creare occasioni di business. L'edizione 2013 coinvolgerà tutte le tipologie di attori della catena logistica - produttori di veicoli e allestimenti, fornitori di servizi, operatori della logistica e committenti del trasporto - per creare momenti d'incontro programmati secondo la formula del "matching". Particolare attenzione sarà posta all'internazionalizzazione, in primo luogo verso i paesi emergenti dell'est Europa e del bacino mediterraneo. Sul versante dell'autotrasporto Fai Service ha risposto all'"appello": sarà partner della prossima edizione veronese e sosterrà questa formula così innovativa. Ha detto il direttore commerciale Fabio Santini: "Abbiamo colto l'opportunità di essere partner di Transpotec Logitec perché crediamo nella formula che è stata scelta. In questo momento è uno stimolo giusto per mettere in campo tutte le capacità operative di cui siamo portatori, perché non sono più tempi in cui si deve aspettare di essere scelti, ma bisogna sapersi proporre. E' tempo di un sistema globale che sappia considerare tutte le componenti che lo costituiscono". Fabio Dadati, presidente dell'Advisory Board di Transpotec Logitec ha così commentato: "Abbiamo lanciato una sfida a tutti gli operatori del mercato, l'obiettivo è mettere al centro l'autotrasportatore, grazie all'accordo con Fai Servi-



ce e altri attori del mercato, pensiamo di offrire un importante strumento di lavoro in un momento così delicato per il nostro sistema economico".

Monheim: Swisslog riprogetta il magazzino dell'azienda Hama

Swisslog, fornitore di soluzioni globali per magazzini, centri di distribuzione e strutture ospedaliere, ha avuto l'incarico di fare un progetto per ristrutturare e sviluppare il magazzino centrale dell'azienda Hama a Monheim, in Baviera. Hama opera nel settore degli accessori e delle periferiche nei settori della fotografia, dei video, dei computer e della telecomunicazioni in genere. Swisslog ha impiegato la nuova soluzione per carichi leggeri Smart Carrier, un sistema di stoccaggio e trasporto per contenitori e vassoi che permette un efficiente utilizzo degli spazi e un basso consumo energetico, in grado di alimentare ad alta velocità le stazioni di picking e di sequenziare, sempre ad alta velocità, i contenitori stoccati. Swisslog, che ha assunto la funzione di general contractor, ha il compito di progettare, realizzare e assicurare lo start up del nuovo centro, oltre quelli di fornire le attrezzature per la movimentazione e di assicurare l'assistenza post vendita. Il nuovo centro logistico di Monheim sarà operativo nella prima metà del 2013. ■

Logistic
Center

Bagni
di Tivoli

Metti al centro il tuo business

Affittasi

20.000 mq

di **spazi logistici**
con annessi

1.500 mq di uffici

Complesso immobiliare completamente ristrutturato - termine lavori dicembre 2012 - ubicato all'interno del comparto "logistico-industriale" nel territorio di Tivoli (Roma).

- Classe Energetica uffici: G
 - Indice di prestazione: 110,304 kWh/m²/anno
- Magazzini non soggetti ad obbligo di certificazione energetica

Agente principale per la locazione

 JONES LANG
LASALLE

Real value in a changing world

T. 02 8586 861

www.joneslanglasalle.it

In collaborazione con

 Celtic PRELIOS
KIDNEY

L'Overseas è segmento strategico per Gefco

“I traffici transoceanici rappresentano nel nostro Gruppo il 10% del fatturato totale, con una recente forte crescita”, dice Adamo Ruffo, direttore della divisione italiana e manager del settore.

di Ornella Giola



ADAMO RUFFO

Un network di 300 destinazioni e 63 filiali dedicate, presenti - fra l'altro - in Europa (dal Portogallo alla Russia), Sud America (Brasile, Argentina e Cile), Africa (Marocco, Tunisia e Sud Africa), Turchia e Cina. Sono questi i numeri di Gefco Overseas, divisione del 3PL francese che progetta e sviluppa soluzioni di trasporto aereo e marittimo door-to-door e che nel 2011 ha fatturato 10 milioni di euro. “Di fatto operiamo come freight forwarder - esordisce Adamo Ruffo, Gefco Overseas manager - proponendo però un'offerta logistica e di spedizioni a 360 gradi che include sia l'approvvigionamento sia la consegna dei prodotti semilavorati agli stabilimenti d'assemblaggio, nonché operazioni ad elevato valore aggiunto

su tutta o una parte della supply chain”.

QUALE È L'INCIDENZA DELLA DIVISIONE DA LEI DIRETTA?

■ L'Overseas genera il 6% del fatturato per Gefco Italia e il 10% per l'intero Gruppo. La divisione è sempre esistita, ma ha registrato una forte crescita nel 2010, in particolare sulle tratte Italia-Cina e India e Italia-Sudamerica. Del resto è dall'inizio della crisi che il nostro Gruppo ha rivisto la propria strategia di sviluppo, puntando su tre asset, uno dei quali è appunto il “freight forwarding” (assieme alla logistica automotive e a quella inbound per il settore manifatturiero). Dalla percentuale indicata sono esclusi i traffici relativi all'automotive, filiera che gode di una gestione a parte, anche per quel che riguarda le spedizioni via mare.

SI TRATTA DUNQUE DI UNA DIVISIONE CRESCIUTA PER ACCOMPAGNARE IL PROCESSO DI DELOCALIZZAZIONE ATTUATO ANCHE DALLE AZIENDE ITALIANE?

■ Di fatto è così: accompagniamo i clienti che decidono di affacciarsi su scenari internazionali, offrendo loro strumenti e servizi per farlo al meglio. Gefco gestiva molto bene i processi a monte e a valle della catena distributiva, mancava l'area intermedia rappre-

sentata dal “veicolo” (aereo, nave, camion più nave). Ora quest'area, come già detto, è per noi strategica e su di essa investiremo maggiormente.

COME È STRUTTURATO IL TRAFFICO DA VOI GESTITO?

■ Il via mare e il via aereo si aggiudicano rispettivamente il 45% del traffico complessivo generato dalla divisione; il restante 10% spetta al combinato camion-nave relativo in particolare alle spedizioni da e per il nord Africa. Il tutto “accompagnato” dalle difficoltà che i vettori, specie quelli marittimi, stanno attraversando e che stanno ribaltando sugli utilizzatori finali.

NE VOGLIAMO PARLARE?

■ Nel 2012, specie per le compagnie marittime, stiamo assistendo a un vero e proprio tormento: in seguito alle gravi perdite degli scorsi anni, molti vettori hanno ridotto le loro capacità di stiva e accorpato servizi, aumentando al contempo le tariffe, sebbene l'import stia perdendo gravi quote di mercato (meno 30%), specie per quel che riguarda beni finiti di consumo (abbigliamento, scooter, ecc.). Lavorare con questi presupposti sta davvero “affliggendo” tutto il settore.

I TRENDS DI MERCATO, PER QUEL CHE CONCERNE I TRAFFICI “OVERSEAS”, SONO



DUNQUE NEGATIVI?

■ Non proprio: a fronte di un import in forte perdita l'export sta crescendo di pari se non con maggiore entità, in particolare per quel che concerne food (specie olio e vino), macchinari e, in misura minore, il fashion. Le esportazioni da noi gestite sono dirette soprattutto verso Cina, India e Sud America (Brasile, Argentina, Cile e Messico). Quanto all'import la parte del leone la fa la Cina, seguita a distanza da India, Corea, Vietnam e Nord Africa.

CHE STRATEGIE AVETE ADOTTATO PER RIUSCIRE IN QUALCHE MODO A BILANCIARE QUESTA SITUAZIONE?

■ Siamo andati a cercare i clienti là dove sono e riempito i passaporti dei nostri manager e collaboratori con visti di India, Sri Lanka, Bangladesh, Stati Uniti, Sud Africa, ecc. Del resto, vista anche la tendenza delle nostre PMI a privilegiare contratti FOB, è in questi Paesi che si prendono le decisioni e si è anche maggiormente tutelati nei pagamenti (specie in questi momenti di crisi con oggettiva mancanza di liquidità).

AVETE CERCATO ANCHE MERCATI INEDITI COME IL BANGLADESH?

■ Da questo paese arrivano soprattutto capi di abbigliamento a basso costo, mentre in export dall'Italia spediamo macchinari destinati alle multinazionali presenti in loco. Sempre dall'Italia esportiamo molto food alla volta di nuovi mercati (per noi) quali Sud Africa, dove abbiamo di recente aperto una filiale, Namibia e Zimbabwe. Inedito è anche il Cile, dove esportiamo soprattutto macchinari legati all'industria alimentare.



QUINDI LA CRISI NON È DEL TUTTO NEGATIVA?

■ In effetti ha smosso le acque, soprattutto per le PMI italiane che si sono rimesse in gioco, muovendosi a livello internazionale e puntando sulle loro capacità di stare sul mercato, pur con tutti gli ostacoli che il sistema Italia presenta.

QUALI SONO, SECONDO LEI, GLI OSTACOLI MAGGIORI?

■ Vanno ricercati in una mancata razionalizzazione del sistema portuale: i porti andrebbero meglio strutturati anche a livello di spazi da destinare all'operatività. Per l'aereo la situazione è ancora più grave con uno scalo come Malpensa, che si fa erodere traffici dagli aeroporti nord europei.

E CHE DIRE DI FIUMICINO?

■ Non posso esprimere giudizi al riguardo, perché a Roma non siamo presenti.

IL GRUPPO HA UNA BUONA COPERTURA INTERNAZIONALE, MA È DEL TUTTO ASSENTE DAL NORD AMERICA. CI SANNO DELLE NOVITÀ A RIGUARDO?

■ Il mercato, specie quello dell'automotive, è saturo in questa area e qui PSA Peugeot Citroen (nostro gruppo di riferimento per la gestione della logistica distributiva di questo settore) non è mai approdato. Ora qualcosa

potrebbe cambiare, dopo l'accordo PSA-General Motors. Che cosa esattamente, lo scopriremo tra breve.

DA UNA RAPIDA SCORSA DELLA VOSTRA PRESENTAZIONE SUL PORTALE GEFCO.NET EMERGE CHE SIETE IN GRADO DI MONITORARE BEN 400 KPI. NON SONO TROPPI?

■ In effetti gli indicatori di performance più richiesti sono quelli relativi ai tempi di resa, alla qualità e agli errori di consegna. Quanto poi il mercato sia sensibile agli sforzi degli operatori per fornire le migliori e più efficienti prestazioni nutro qualche dubbio, tanto nel caso delle PMI quanto delle big, anche perché il mercato dei 3PL si è fatto molto aggressivo, specie dal punto di vista tariffario e c'è sempre chi riesce, almeno sulla carta, a fare meglio a un costo più basso.

QUAL È L'INCIDENZA DELL'IT NELL'OVERSEAS?

■ Determinante per un mezzo rapido come l'aereo, dove tra l'altro anche la gestione dell'operatività e dei documenti è del tutto dematerializzata e dove il just in time è determinante. Non del tutto importante per un mezzo meno moderno e più "burocratico" come la nave, i cui tempi sono più dilatati e con strumenti operativi poco tecnologici. ■

Gefco si rafforza in Turchia

La filiale turca di Gefco, il 12 giugno, ha invitato i clienti e la stampa, anche quella internazionale, a Baltalimani Portaxe, nei pressi di Istanbul, per festeggiare il suo decimo anniversario. Il gruppo francese ha ormai radici solide non solo in Turchia, ma anche nel Medio Oriente.

Nel 2011, ad esempio, ha aperto due nuove filiali in Iraq e in Iran. Per quanto riguarda il territorio turco, che è anche la "base" su cui si fonda l'espansione negli altri paesi dell'area mediorientale, il gruppo è presente con siti a Istanbul, Ankara, Bursa, Izmir, Mersin, Izmit. In particolare, dal 22 settembre scorso, ha iniziato a utilizzare la città di Mersin come centro di stoccaggio e di distribuzione per gli autoveicoli principalmente al servizio del sud-est dell'Anatolia, mentre ha aperto un ufficio all'aeroporto Adnan Menderes di Izmir con l'obiettivo di aumentare i clienti sull'Egeo.

Gefco Turchia lavora principalmente offrendo soluzioni logistiche in tre grandi aree di attività: outbound automotive, inbound overland e overseas, che insieme includono la distribuzione di veicoli, la logistica industriale, i trasporti con le modalità marittima e aerea, l'assistenza doganale. In questi ambiti, Gefco, come ha sottolineato il presidente e amministratore delegato Yves Fargues, è impegnata per migliorare costantemente la sua attività, mirando a essere sempre più leader nella "soluzione automotive" e partner di riferimento per la logistica industriale. La filiale turca, come abbiamo accennato, guarda anche oltre i confini del paese alla ricerca di nuovi mercati, nei quali vuole agevolare l'ingresso dei propri clienti, tra i quali, nel 2011, ha annoverato imprese di primo livello, oltre la PSA&Citroen, come Renault,

Delphi, BSH, GM, Teknik Malzeme, ThyssenKrupp.

Il gruppo francese, quindi, sta puntando molte carte sulla Turchia. Un'opzione che è avvalorata da diverse considerazioni (e "numeri"). In primo luogo, il mercato del trasporto e della logistica sta nel paese crescendo con rapidità, grazie anche alla scelta del governo di destinare forti investimenti alla realizzazione di infrastrutture. Un processo che corre parallelo, quando non lo supera, al tasso di sviluppo dell'economia e della crescita del prodotto interno lordo.

Secondo studi internazionali, che prendono in considerazione paesi come Argentina, Brasile, Libano, Polonia, che possono essere comparati, nell'attuale situazione economica mondiale, alla Turchia, è stato calcolato che il settore logistico turco nella sua globalità ha forti potenzialità di crescita: potrebbe raggiungere un fatturato di 138 miliardi di dollari, quindi con una notevolissima capacità di espansione rispetto al fatturato attuale, che si aggira intorno ai 50 miliardi di dollari. Non a caso gli investimenti nell'immobiliare logistico, essenzialmente nella realizzazione e nella ristrutturazione di magazzini, sono molto cresciuti nel 2010, rispetto all'anno precedente, e si sta lavorando, e impegnando risorse, per aumentare il livello di utilizzazione degli spazi (che nel 2009 si posizionava al 65%) e per immettere nel circuito del lavoro le risorse immobiliari ancora inutilizzate. In generale, c'è un forte impegno nel paese per valorizzare la logistica e anche per modernizzare metodi e sistemi. Quest'ultimo aspetto è quello più complicato. Infatti, il problema più rilevante sulla strada di una positiva evoluzione della logistica è rappresentato da "vuoti" legislativi che creano forti ostacoli burocratici. A ciò si aggiungono la scarsità di manodopera qualificata e "logisticamente" formata, un'insufficienza d'infrastrutture e di reti telematiche, l'ancora modesto impiego nel settore di tecnologie avanzate. Altri aspetti da superare sono l'incapacità delle imprese a valutare in maniera adeguata e corretta i costi logistici, una frammentazione delle aziende e un eccessivo numero di autotrasportatori di piccole dimensioni. Come ha sottolineato Fulvio Villa, direttore generale di Gefco Turchia, nel paese, però, c'è una forte tendenza, pure tra le società impegnate nel settore logistico, anch'esse piccole e troppo numerose, a sviluppare processi di "consolidamento". Processi che sono destinati a proseguire nel prossimo futuro. È probabile, inoltre, che venga ampliato anche il ricorso all'outsourcing da parte



CHRISTIAN ZBYLUT



FULVIO VILLA



YVES FARGUES

delle imprese produttrici, ancora basso anche in settori come quello del retail che più si presterebbe a tale scelta. Parlavamo in precedenza di "costi logistici" delle imprese: in questo ambito, i bilanci del settore chimico mostrano la spesa più alta, intorno al 13%, mentre nel settore farmaceutico e della salute i magazzini hanno un tasso di utilizzo delle superfici disponibili del 60%. Due esempi che pongono bene in evidenza la necessità che la logistica turca debba crescere. In aggiunta a quanto detto sugli investimenti infrastrutturali, il fatto che il settore trasporto sia al secondo posto, dopo quello manifatturiero, in termini d'investimenti per quanto concerne il privato e il primo per il pubblico sottolinea che il problema della "modernizzazione" logistica sia preso nel paese in attenta considerazione. In particolare, durante la conferenza stampa tenuta a Baltalimani Portaxe, alla quale ha preso parte, oltre a Fargues e a Villa, anche Christian Zbylut, responsabile delle regioni dell'Asia centrale, dell'Europa centrale e orientale



Istanbul. Uno dei due ponti che attraversano il Bosforo, la costruzione di un terzo inizierà a fine anno

e del Medio Oriente, sono state sottolineate le iniziative che il Gruppo Gefco intende portare avanti nell'anno in corso: un'ulteriore espansione delle attività nel centro di Mersin (l'obiettivo è di raggiungere la distribuzione di 18 mila autoveicoli) e un rafforzamento della presenza dell'azienda nel Medio Oriente, rivolgendo attenzione all'area del Golfo, sia con l'apertura di una nuova agenzia sia con lo sviluppo di un progetto door to door che faccia base sull'hub di Mersin. ■

VAN DER LANDE
INDUSTRIES



↓
L'EFFICIENZA CHE DESIDERI DA UN SISTEMA DI PICKING.

Vanderlande Industries. 60 anni di automazione per la logistica.

www.vanderlande.com



Come ci si deve comportare

di Franco De Renzo

Il principio generale (derivante dal testo unico 917/1986, articoli 54/108/109 e dalla legge Iva 633/1972, art. 19-bis1, c. 1, lett. e) è che tutte le spese devono essere inerenti all'attività. Si tralascia quanto era previsto prima del primo settembre 2008, quando sono entrate in vigore le nuove norme che hanno, in parte, rettificato, quelle precedenti. Ai fini Iva, per professionisti e imprese le prestazioni alberghiere e di ristorazione sono detraibili al 100%, mentre le spese di rappresentanza sono invece indetraibili (art. 19-bis1, c. 1, lett. h, dpr 633/1972). Ai fini delle imposte indirette è necessario considerare la normativa per le imprese e per i professionisti. Per le imprese: le prestazioni alberghiere e di ristorazione sono deducibili al 75%; le spese di rappresentanza sono deducibili al 75% sempre che siano rispettati i criteri di inerenza e congruità stabiliti con decreto; è deducibile integralmente la spesa sostenuta dal committente per conto del professionista e da questi riaddebitate (Circ. AE 4 agosto 2006, n. 28/E).

Per i professionisti: le prestazioni alberghiere e di ristorazione sono deducibili al 75% nel limite del 2% dei compensi percepiti (pertanto, se il 75% dei costi non è superiore al 2% del fatturato, si deduce il 75%; se invece è superiore, è possibile dedurre i costi nei limiti del 2%); le spese di rappresentanza sono deducibili nel limite dell'1% dei compensi percepiti (vi si devono considerare gli omaggi alla clientela, cene offerte a clienti, nonché le spese sostenute per l'acquisto o l'importazione di beni destinati ad essere ceduti a titolo gratuito, nonché di oggetti d'arte, di antiquariato o collezioni, anche se utilizzati come beni strumentali dell'attività); le spese di pubblicità o di propaganda (non sono considerate spese di rappresentanza) sono interamente deducibili nell'esercizio in cui sono sostenute; le spese inerenti la partecipazione a convegni, congressi e simili (circ. AE 5 settembre 2008, n. 53/E) sono deducibili per il 50% del 75% delle spese (si rifletta, tutti i professionisti sono obbligati ad un numero minimo di ore di aggiornamento, ma il cui costo è in parte indeducibile); le spese sostenute dal professionista per conto del committente e riaddebitate in fattura sono deducibili sempre nel limite del 2% (che è abbastanza strano).

Le spese sostenute per dipendenti e collaboratori: per trasferte effettuate fuori dal territorio comunale sono deducibili al 100% con i seguenti limiti: per trasferte in Italia, ammontare giornaliero fino a 180,76 euro, e per quelle al-



l'estero, ammontare giornaliero fino a 258,23 euro. Per rimborsi di spese sostenute nel comune ove l'imprenditore ha la sede dei propri affari, la deducibilità è del 75%. Se il dipendente o il collaboratore è stato autorizzato, anche informalmente, a usare il proprio veicolo per una specifica trasferta, sono deducibili nei limiti del costo di percorrenza o delle tariffe di noleggio di automezzi con cilindrata non superiore ai 17 CF se a benzina, ovvero a 20 CF se diesel, facendo riferimento ai costi appositamente calcolati dall'AcI (Risoluzione AE 21.03.2012, n. 95/E). L'agenzia delle entrate, con la circolare 34/E/2009, ha diramato direttive che è opportuno conoscere, anche se non sempre è facile individuare correttamente la suddivisione. Tra l'altro, la circolare precisa che la deducibilità delle erogazioni e delle spese di ospitalità dei clienti è subordinata alla tenuta di un'apposita documentazione dalla quale risultino anche la generalità dei soggetti ospitati, la durata e il luogo di svolgimento

con le spese di vitto e alloggio

della manifestazione e la natura dei costi sostenuti. Per poter dedurre integralmente le spese, la documentazione deve comprovare il nesso esistente tra la spesa sostenuta a favore dei clienti, anche potenziali, e la loro partecipazione all'evento promozionale. Si noti che in Germania è da sempre in vigore la norma che sulle fatture-ricevute fiscali dei ristoranti, devono essere scritti i nomi delle persone ospitate.

Le spese di rappresentanza possono essere:

- a. per viaggi turistici in occasione dei quali siano programmate e svolte significative attività promozionali dei beni e dei servizi la cui produzione o il cui scambio costituisce oggetto dell'attività caratteristica dell'impresa;
- b. per feste, ricevimenti e altri eventi di intrattenimento, organizzati in occasione di ricorrenze aziendali o di festività nazionali o religiose;
- c. per feste, ricevimenti e altri eventi di intrattenimento organizzati in occasione dell'inaugurazione di nuove sedi, uffici o stabilimenti dell'impresa;
- d. per feste, ricevimenti e altri eventi di intrattenimento organizzati in occasione di mostre, fiere ed eventi simili in cui sono esposti i beni e i servizi prodotti dall'impresa;
- e. per beni e servizi distribuiti o erogati gratuitamente, ivi inclusi i contributi stanziati per convegni, seminari e manifestazioni simili, sempre che il loro oggetto sia in linea con l'attività dell'impresa.

Nei limiti del possibile, è opportuno che nel piano dei conti aziendali sia fatta la suddivisione delle cinque voci sopra elencate.

Nel caso di ospitalità data a fornitori, agenti e rappresentanti, si ritiene che la finalità perseguita sia quella di una migliore economicità nella gestione degli affari aziendali e la spesa dovrebbe essere considerata tra gli oneri di gestione, inerenti all'attività, e, qualora sia possibile, sarebbe opportuno provare questa correlazione. Le spese hanno l'Iva detraibile e i costi deducibili ai fini delle imposte sui redditi. Non c'era bisogno di questi appunti per capire che le norme (e non solo queste) sono molto farraginose. La continua ricerca di nuove fonti di entrate è all'origine di una degenerazione legislativa e normativa che ne rendono molto gravoso il rispetto. Il contribuente ha certamente perso la qualifica più importante cui tenere: essere cittadino. La sudditanza è palpabile da tempo. Chi non è addetto ai lavori, probabilmente, dopo la lettura di queste note, avrà il mal di testa. Scusate, ma non addebitate a me la causa. Io, con queste norme astruse, devo convivere tutti i giorni, da tanti anni. ■

**Franco De Renzo, tel. 0245101071,
email: segreteria@studioderenzo.com**

CERTIQUALITY

IL LEADER DELLA CERTIFICAZIONE NELLA LOGISTICA
E NEI TRASPORTI

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

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

CERTIFICAZIONE INTEGRATA

CERTIQUALITY promuove inoltre la crescita aziendale con la Certificazione integrata dei Sistemi di Gestione per la Qualità (ISO 9001), l'Ambiente (ISO 14001, EMAS), la Salute e la Sicurezza sui luoghi di lavoro (BS OHSAS 18001), l'Energia (ISO 50001).



ISTITUTO DI CERTIFICAZIONE DELLA QUALITÀ

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

www.certiquality.it

VENEZIA: tel. 041 099.1352/2012 - BOLOGNA: tel. 051 5872179/06
FIRENZE: tel. 055 577304/9060233 - ROMA: tel. 06 97271.FOX.098
NAPOLI: tel. 081 3628494 - BARI: tel. 080 5046136
CATANIA: tel. 095 497007/0931262

Diritto di ritenzione: nuova pronuncia della Cassazione

di **Marco Lenti e Martino Sternai***

Uno dei principali strumenti che il codice civile attribuisce al vettore e allo spedizioniere a garanzia del pagamento dei trasporti effettuati è il diritto di ritenzione previsto dall'art. 2761. In forza di tale norma, infatti, l'operatore che non ha ancora effettuato la riconsegna può trattenere la merce fintanto che i crediti dipendenti dal contratto di trasporto non siano stati interamente soddisfatti dal committente. Non solo: in forza dell'art. 2756 tale diritto può essere esercitato anche in danno al terzo (di solito il proprietario della merce) pur-

lungo discusso se, e in che modo, fosse possibile applicare tale privilegio anche ai crediti derivanti da trasporti pregressi, in maniera, ad esempio, di consentire al vettore di trattenere la merce dell'ultima spedizione per ottenere soddisfazione di tutti i precedenti trasporti rimasti insoluti. Con una recentissima pronuncia, la sentenza n. 7152 del 10 maggio 2012, la Cassazione ha confermato tale possibilità (già peraltro espressa con una precedente statuizione del 2005, leggermente meno esplicita sul punto), purché tutti i trasporti da cui deriva il credito siano rego-

lati da un unico contratto. In particolare, la Suprema Corte ha statuito che "l'art. 2761 c.c., nell'accordare il privilegio al vettore, esige soltanto che la causa del credito sia il trasporto e cioè che vi sia un rapporto di connessione tra le cose ed il credito, sì che tale privilegio è esercitabile anche su cose oggetto di un trasporto diverso da quello per cui è sorto il credito se i singoli trasporti costituiscono esecuzione di un unico contratto".

Alla luce di tale pronuncia diventa ancora più essenziale per tutti gli operatori dei tra-



ché lo spedizioniere/vettore sia in buona fede. Per ragioni di carattere commerciale, tuttavia, è difficile che l'operatore dei trasporti decida di esercitare tale privilegio ogni volta che ne avrebbe diritto e/o ragione dal momento che, il più delle volte, il valore della merce è di molto superiore al costo del singolo trasporto e l'interesse a mantenere buoni rapporti col committente è superiore a quello del soddisfacimento del credito. Il discorso però cambia quando lo spedizioniere/vettore si trova a dover eseguire più trasporti per conto dello stesso committente che rimane inadempiente alle proprie obbligazioni di pagamento facendo così maturare un debito consistente. In tale caso però, poiché il codice prevede che il privilegio possa essere esercitato sulla merce oggetto del trasporto a garanzia dei crediti derivanti dallo stesso trasporto, si è a

sporti e della logistica stipulare con i propri committenti abituali un unico contratto adeguatamente formulato, redatto e sottoscritto, che, da un lato, fornisca la massima certezza alle parti circa le condizioni a norma delle quali i trasporti commissionati verranno eseguiti e, dall'altro, garantisca allo spedizioniere/vettore una maggiore garanzia di soddisfacimento. ■

***Studio legale Mordiglia**

20145 Milano - Via Telesio, 2

Tel. 0243980804

16121 Genova - Via XX Settembre, 14/17

Tel 010586841. mail@mordiglia.it www.mordiglia.it

Ultimissime



Porto di Trieste: tante indiano

La presidente Fincas scommette sulla regolarità delle arrivi da...

Read more

Nuove nomine in Ceva Logistics

Christian Proffenza Rose nel ruolo di amministratore delegato di Ceva Logistics Italia, mentre Colburne è il nuovo AD per le attività di Ceva real time...

Il primo camion Euro VI nella flotta Norbert Dentressangle

La rivista



107
GIUGNO - FEBBRAIO 2012



Il sito EUROMERCI è NUOVO e INTERATTIVO

*Scoprite le notizie, le interviste ai protagonisti e gli approfondimenti
Vi aspettiamo!*

www.euromerci.it

Uno strumento indispensabile per chi lavora con le merci

Rappresentanti doganali, attività sempre più a rischio

di **Stefano Morelli**

Presidente della commissione Dogane di Assologistica

L'art. 303 del Testo unico della legge doganale è stato modificato con il decreto legge n. 16 del 2 marzo 2012. Modifica che purtroppo è stata portata avanti senza prendere in considerazione gli emendamenti auspicati e richiesti da tutte le categorie interessate. Tenuto conto che questo articolo rappresenta la norma sanzionatoria più ricorrente nelle attività doganali, infatti viene applicata nei casi di differenze tra quanto dichiarato e quanto riconosciuto in relazione agli elementi della quantità, qualità (classificazione doganale) e valore delle merci nelle dichiarazioni doganali di importazione, del deposito doganale e transito, gli effetti economici, da parte dei rappresentanti doganali saranno difficilmente gestibili. Si rimane in attesa dell'emanazione di una circolare applicativa del nuovo impianto sanzionatorio dell'art. 303 da parte della direzione centrale dell'agenzia delle dogane al fine di evitare diverse modalità di applicazione delle sanzioni da parte degli uffici doganali localizzati sul territorio. Ipotesi che si sta già concretizzando.



Si confida altresì che tale circolare confermi i seguenti punti: i rappresentanti doganali che nell'esercizio della propria attività agiscono sulla base di istruzioni precise, impartite dal proprio cliente, ovvero l'importatore, auspicano che venga confermata l'applicabilità dell'art. 10 del decreto legislativo n. 472/97 (figura dell'autore mediato-cause di non punibilità); è di fondamentale importanza, per i "rappresentanti in dogana", escludere dalla sanzione l'errore materiale che si configura con errori di calcolo, di conversione della valuta quando tutti gli elementi oggettivi, in primis la fattura commerciale, sono presentati-dichiarati alla dogana a corredo della dichiarazione doganale e quindi è da escludersi la volontarietà dell'evento. Il nuovo testo. "Qualora le dichiarazioni relative alla qualità, alla quantità ed al valore delle merci destinate alla im-

portazione definitiva, al deposito o alla spedizione ad altra dogana con bolletta di cauzione, non corrispondano all'accertamento, il dichiarante è punito con la sanzione amministrativa da euro 103 a euro 516, a meno che l'inesatta indicazione del valore non abbia comportato la rideterminazione dei diritti di confine nel qual caso si applicano le sanzioni indicate al seguente comma 3".

Tale disposizione non si applica:

- a) quando nei casi previsti dall'articolo 57, lettera d - Tuld, pur essendo errata la denominazione della tariffa, è stata indicata con precisione la denominazione commerciale della merce, in modo da rendere possibile l'applicazione dei diritti;
- b) quando le merci dichiarate e quelle riconosciute in sede di accertamento sono considerate nella tariffa in differenti sottovoci di una medesima voce, e l'ammontare dei diritti di confine, che sarebbero dovuti secondo la dichiarazione, è uguale a quello dei diritti liquidati o lo supera di meno di un terzo;
- c) quando le differenze in più o in meno nella quantità o nel valore non superano il 5% per ciascuna qualità delle merci dichiarate.

Se i diritti di confine complessivamente dovuti secondo l'accertamento sono maggiori di quelli calcolati in base alla dichiarazione e la differenza supera il cinque per cento, la sanzione amministrativa, qualora il fatto non costituisca più grave reato, è applicata come segue: per i diritti fino a 500 euro si applica la sanzione amministrativa da 103 a 500 euro; per i diritti da 500,1 a 1.000 euro, la sanzione va da 1.000 a 5.000 euro; per i diritti da 1.000,1 a 2.000 euro, sale da 5.000 a 15.000 euro; per i diritti da 2.000,1 a 3.999,99 euro, si passa da 15.000 a 30.000 euro; oltre 4.000, si applica la sanzione da 30.000 euro a dieci volte l'importo dei diritti. Come si può facilmente desumere la norma è stata pesantemente inasprita, è stato eliminato il "principio della buona fede" e vi sono legittimi dubbi sul principio generale dell'adeguatezza e della proporzionalità della sanzione. Inoltre, vi sono uffici delle dogane che sanzionano aspetti, vedi errata dichiarazione dell'origine, non previsti dalla norma. La caccia alle "streghe" continua... e ci farà perdere competitività rispetto ai paesi Ue. Altro che rilancio del "Sistema Paese"!



Assologistica

EUROMERCI



Cultura e Formazione
Assologistica

organizzano:

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

SONO APERTE LE CANDIDATURE PER L'ISCRIZIONE
AL 8° PREMIO "IL LOGISTICO DELL'ANNO"

L'edizione 2012 prevede riconoscimenti a società e manager logistici che hanno effettuato innovazione in ambito:

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

Il testo di presentazione della candidatura andrà spedito entro e non oltre il **16 luglio 2012**

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

via mail a ogiola@euromerci.it

oppure

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

La premiazione avverrà il 30/11/2012 presso l'Auditorium di Assolombarda, in via Pantano 9, a Milano. Sarà preceduta dal convegno-dibattito "EXPO 2015: OPERATORI E POLITICI A CONFRONTO".

Info: 02 6691567 oppure 331 674 6826

Tecniche e metodi partecipativi

di **Genziana Giacomelli**

Scuola Nazionale Trasporti e Logistica

Il deficit infrastrutturale italiano grava sull'intero sistema socio-economico. A titolo di esempio, negli ultimi dieci anni, a differenza di altri paesi europei (Spagna, Francia, Portogallo), l'incremento autostradale italiano è stato di entità pressoché irrilevante (5%). Dalla posizione privilegiata degli anni '70, in termini di espansione, modernità ed influenza sulla crescita economica, il gap attuale è il risultato di un percorso di tipo involutivo, in cui, tra i diversi fattori concorrenti, hanno avuto (ed hanno) un ruolo cruciale le decisioni non condivise. "Non sarà possibile alcuna riforma del sistema dei trasporti senza una concertazione che coinvolga autorità nazionali, regionali e locali, operatori e utenti dei trasporti. Invito tutti i lettori a raccogliere la sfida e a lavorare insieme alla commissione europea per creare un sistema dei trasporti più competitivo ed efficiente sotto il profilo delle risorse." L'invito alla partecipazione dei diversi soggetti nel processo decisionale, particolarmente complesso nel caso delle infrastrutture e dei trasporti in virtù della pluralità delle parti, con propri obiettivi e priorità, è di Siim Kallas, commissario europeo per i Trasporti. In virtù dell'aumento progressivo della complessità dei rapporti politico-socio-economici, modalità impositive ed escludenti sono controproducenti e non più

praticabili. E' solo attraverso la concertazione che si possono superare le difficoltà di condivisione tra i decisori istituzionali e gli utenti, con positivi risvolti a livello di realizzazione fattiva dei progetti. L'utilizzo di pratiche partecipative, le cui origini risalgono alle Public Inquiries di Guglielmo il Conquistatore, sono raccomandate da molte organizzazioni internazionali e promosse dai programmi europei. Anche in Italia, seppur con il tipico ritardo, molte amministrazioni hanno iniziato a intravedere il valore aggiunto insito nelle strategie inclusive, che non depauperano il potere decisionale, ma, comportano invece un ampliamento del consenso. Le tecniche e le metodologie partecipative si declinano a livello di ascolto, interazione costruttiva, risoluzione dei conflitti. In termini generali, sono finalizzate a creare condizioni che stimolino l'interesse aumentando la motivazione al coinvolgimento; valorizzino la competenza delle diverse parti, con un incremento ultimo di una conoscenza che, proprio in quanto emergente dal processo stesso, risulta essere efficacemente utilizzabile dai diversi soggetti; permettano la costruzione di relazioni tra istituzioni e fruitori locali basate sul riconoscimento reciproco e, quindi, sulla fiducia; ridimensionino o, ancor più auspicabile, eliminino atteggiamenti di franco o implicito ostracismo, andando oltre la logica del "gioco a somma zero"; fine ultimo, permettano la traduzione della partecipazione in soluzioni reciprocamente vantaggiose e progetti di cambiamento funzionali ed efficaci.

Ritornando al discorso introduttivo, inerente il deficit del sistema delle infrastrutture in Italia, affinché questo partecipi, diventando volano, alla ripresa economica nazionale, è necessità realizzabile, non più procrastinabile, l'organizzazione, per i decisori istituzionali, di percorsi formativi a modelli di coinvolgimento della comunità, per utilizzare in modo sinergico e potenziare tutte le risorse in gioco in quelle che si sostanziano come decisioni di interesse davvero generale.

■



Non sarà possibile una riforma del sistema trasporti, e la realizzazione di nuove infrastrutture, senza una concertazione tra le istituzioni e gli utenti, in un processo che allarghi la partecipazione e il consenso alle decisioni

Un modo semplice per abbattere le barriere, anche nella logistica

Consentire l'impiego in sicurezza dei carrelli elevatori anche alle persone con disabilità motorie a entrambi gli arti inferiori: questo è l'obiettivo del progetto Mechanuga ("Meccatronica: dall'handicap a ugualmente abile"). Grazie a opportuni ausili tecnologici per l'accesso alla cabina e per la guida e manovra di questi mezzi, viene data ai disabili la possibilità di ampliare le opportunità d'inserimento lavorativo e di integrarsi in azienda, accedendo a mansioni che in precedenza erano loro precluse.

Il progetto è stato realizzato da Port Technical Service Srl di Livorno, con il determinante contributo della Regione Toscana a valere sul Programma Operativo Regionale (POR) cofinanziato dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR) per l'obiettivo "competitività regionale e occupazione" anni 2007-2013, la collaborazione scientifica del laboratorio Percro della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, l'apporto dell'Associa-

tori della logistica di tutto il mondo.

Il dimostratore previsto dal progetto, con adeguati adattamenti che consentono l'accesso al posto di guida e la manovra con comandi manuali, rende possibile l'impiego del mezzo, in completa autonomia, da parte di persone con disabilità motorie. Dotato di cintura di sicurezza e comandi d'emergenza, il sedile mobile permette di prendere posto in cabina con un movimento verticale di sollevamento e orizzontale. Il modello dimostrativo è stato costruito in acciaio, ma la produzione sarà realizzata in fibra di carbonio per conferire maggior leggerezza al mezzo. I comandi a pedale sono stati sostituiti da leve poste a lato dell'operatore e al piantone dello sterzo, per poter effettuare manualmente e in modo agevole tutte le manovre di guida e di movimentazione del carico.

Il sistema, conseguito il marchio CE, potrà essere facilmente adattato sia a carrelli nuovi sia a carrelli in uso.

Port Technical Service provvederà a eseguire le modifiche al carrello, realizzare, montare e collaudare i sistemi d'ausilio, formare gli operatori e garantire l'assistenza nel tempo. Per l'attuazione del progetto, il capofila, si è avvalso dell'esperienza pluriennale nel settore del-

la logistica portuale/interportuale/industriale, grazie alla quale ha maturato competenze tecniche e gestionali, tra le più elevate in campo nazionale.



L'intero percorso progettuale si è sviluppato attraverso le seguenti fasi:

- la definizione delle caratteristiche ergonomiche degli ausili tecnologici, mediante un'approfondita ricerca sui diversi modelli di macchine, per individuare i più idonei per le modifiche e gli adattamenti, e su un campione di persone con disabilità, per individuare sia gli aspetti psicologici sia le tipologie di disabilità;
- la progettazione e la realizzazione di un simulatore su piattaforma Moog (a 6 gradi di libertà) per la riproduzione delle sensazioni di guida e manovra a bordo del mezzo e con un ambiente virtuale in 3D;
- la progettazione, i test al simulatore e i perfezionamenti degli ausili tecnologici per consentire l'impiego in sicurezza di carrelli elevatori da parte di operatori disabili;
- la realizzazione del dimostratore su macchina reale, con un protocollo formativo per operatori con disabilità motorie.

Le aziende interessate a una dimostrazione personalizzata, tramite laboratorio multimediale mobile, possono inviare una email alla segreteria generale di progetto all'indirizzo: info@ptslivorno.191.it.



zione Nazionale Mutilati e Invalidi Civili di Livorno. Considerato un progetto di eccellenza, è stato presente con apposito stand alla fiera TOC Europe, il principale punto d'incontro degli ope-

Una grande offerta a qualità variabile

Gli investimenti nel settore della logistica sono tra quelli più vantaggiosi e con un performante rapporto fra il livello dei rendimenti e i rischi.

di **Lorenzo Amosso***



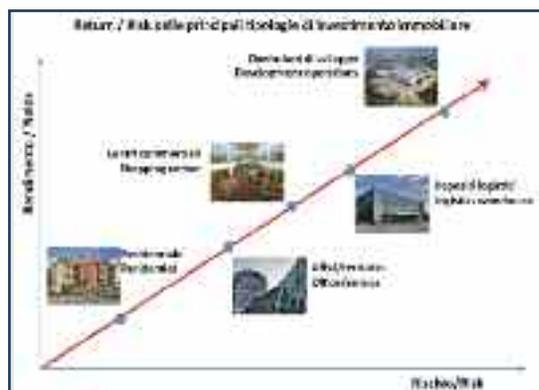
LORENZO AMOSSO

Il periodo economico sfavorevole e la crisi dei debiti sovrani nell'eurozona ha portato nel primo trimestre di quest'anno a un calo dei consumi di 1,5% rispetto al medesimo trimestre del 2011. La propensione al risparmio delle famiglie è la più bassa dal 1995 e si attesta intorno al 12%, riducendo il potere d'acquisto degli italiani dello 0,5%. Un calo dei consumi che comunque non fa registrare un aumento della propensione al risparmio in quanto il Nic (indice nazionale dei prezzi al consumo per l'intera collettività) ha registrato nel maggio scorso un aumento del 3,2% rispetto a maggio 2011. Questi motivi, oltre il difficile accesso al credito e l'inasprimento del prelievo fiscale e l'entrata in vigore dell'Imu, hanno portato a un ulteriore rallentamento dell'economia in generale e di conseguenza del settore immobi-

liare. Nei primi due trimestri 2011 si era registrata una lieve ripresa del volume di compravendite, seguita poi da un riallineamento, e infine da elevati tassi di flessione nel primo trimestre 2012 (per l'intero settore immobiliare il tasso del volume di compravendite è calato del 17,8% sullo stesso periodo del 2011). Dato fortemente condizionato dal settore residenziale (seconda casa) che con 110.021 transazioni registrate nel primo trimestre 2012 rappresenta circa il 45% dell'intero mercato immobiliare.

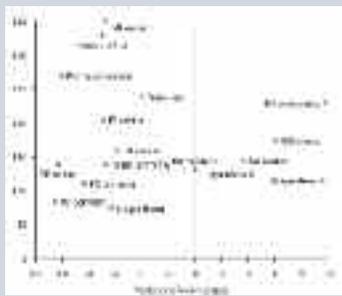
Settore, quello residenziale, che risulta sicuramente il meno performante ma di gran lunga quello più scelto dagli italiani. Questo è quanto emerso non solo dalle transazioni ma anche dal sondaggio che World Capital ha effettuato prima al Salone del Risparmio (aprile 2012) e poi a Eire (giugno 2012), sulla composizione di un portfolio misto. Due intervistati su tre, almeno per un 20% del portfolio, investono in immobili aspettandosi rendimenti dal 2% al 7%. La stragrande maggioranza degli intervistati crede che il residenziale sia ancora un investimento sicuro e si aspetta rendimenti medi. Questa è una visione distorta e superata del mercato e

rispecchia la poca conoscenza della materia immobiliare. Ne sono dimostrazione lampante i seguenti grafici. Il grafico sottostante mostra le tipologie d'investimento immobiliare a seconda del loro rapporto rendimento/ rischio.



Le più performanti sono sicuramente le operazioni di sviluppo a cui possiamo affiancare i parcheggi nelle principali città, seguite da depositi logistici e centri commerciali. I negozi se posizionati in location strategiche hanno rischio molto basso, minore del residenziale, ma con rendimenti più elevati. Chiudono la coda uffici e residenze, che ormai il mercato offre in abbondanza: si riesce a combattere il tasso di vacancy solo con la qualità delle strutture e un'ottima situazione infrastrutturale circostante. Andiamo ora ad analizzare alcune tipologie d'investimento immobiliare: come potete vedere dai grafici il settore

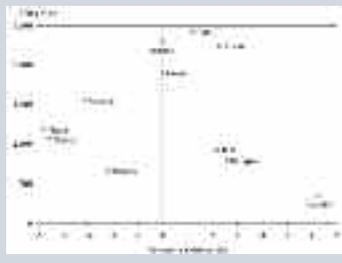
Uffici: Canone €/mq anno e variazione % semestrale dei centri direzionali per città e distanza dal centro



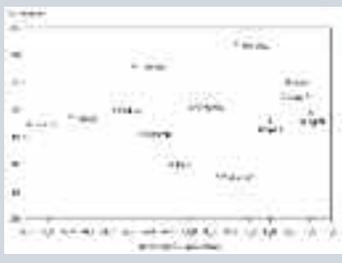
Residenziale: Canone €/mq anno e variazione % semestrale dei centri direzionali per città.



Spazi retail: Canone medio €/mq anno e variazione % semestrale delle maggiori High Street Italiane.



Immobili logistici (nuovi): Canone medio €/mq anno e variazione % semestrale per città.



logistico è sicuramente uno dei più profittevoli con un canone medio del nuovo intorno ai 48 €/mq anno con una variazione dal semestre precedente che scen-

de al massimo al meno 4%. Questa tipologia d'immobili ha un rapporto rendimento / rischio sicuramente tra i più performanti, anche se la componente rischio è sempre meno significativa in quanto queste strutture vengono edificate solo più su commissione e su misura del cliente (built to suite). Bene Milano, che si riconferma il maggior mercato logistico italiano. Stabili Bologna e Napoli, meno performanti Roma e Piacenza, in calo Torino e Padova. I canoni più alti si continuano a registrare a Genova per la saturazione di spazi da cui è caratterizzata. Il mercato degli uffici è in fase di riallineamento. Sono poche le location i cui canoni hanno tenuto i livelli del 2011: Milano, seguita da Roma, si conferma il centro dell'economia italiana e traina di conseguenza il mercato uffici. La zona più performante risulta il semicentro sia per Milano che per Roma, acquisto di valore dopo che molti tenant hanno liberato progressivamente discreti spazi nei centri storici in favore degli spazi del semicentro con canoni più vantaggiosi, lasciando spazio a possibili operazioni di sviluppo per la trasformazione di questi spazi in residenze di lusso. Il mercato retail delle High Street, con un canone medio annuo di 1.400 €/mq che registra una inflessione dello 1,2% rispetto alla scorsa rilevazione è sicuramente il più florido in assoluto: i canoni tengono su quasi tutta la penisola e i locali non rimangono mai sfitti per più di 3 o 4 mesi per la natura strategica delle vie rilevate. In crisi il mercato residenziale, bloccato dalla tassazione, dalla difficoltosa accessibilità al credito che, anche se concesso, ha tassi sconvenienti. La grande offerta d'abitazioni e la poca richiesta, basti pensare che il 75% circa delle famiglie italiane vive in case di proprietà, ha reso poco redditizio il mercato residenziale del nostro paese. Dalla ricerca emerge che il livello di conoscenza del mercato immobiliare italiano non è particolarmente elevato, viziato da idee e passaparola superati e poco attendibili, e

necessita sicuramente di trasparenza e sana informazione.

Eire, appuntamento fisso per gli esperti e non del settore immobiliare, è sicuramente uno dei veicoli principali di diffusione dell'informazione sul mondo del real estate. Quest'anno l'ente Fiera ha confermato un'affluenza pari a quella del 2011, dando un segnale positivo. Ogni edizione porta a un aumento della professionalità degli operatori che si confrontano con un pubblico sempre più attento e informato. Le proposte d'investimento e progettuali sono sempre più precise e concrete data la grande offerta sul mercato e la calante domanda. Possiamo dire che i filoni trainanti la fiera sono stati due: uno che ha cercato di portare investitori istituzionali sia stranieri che nostrani, l'altro basato sulla qualità immobiliare "condicio sine qua non" per avere un immobile performante sia fisicamente che economicamente. Per quanto riguarda il settore logistico le logiche predominanti sono quelle che già conosciamo, gli sviluppi sono prettamente "built to suite", ovvero fatti su misura in base alle necessità dell'appaltatore, ma sempre più verso una flessibilità che garantisca, in caso di sospensione del contratto e di cambio di tenant, un rapido ed economico adattamento alle richieste di altri ipotetici locatari. Come dicevamo il mercato è caratterizzato da una grande offerta di prodotto di qualità variabile. Questo fa sì che i driver di scelta siano due, ovvero il prezzo e la localizzazione, lasciando la qualità quasi come condizione necessaria. Come potete facilmente intuire per un operatore che prende in locazione grandi superfici, un leggera delocalizzazione con la conseguente diminuzione del canone, anche se di pochi €/mq anno, può significare un risparmio di parecchie centinaia di migliaia di euro, andando a condizionare pesantemente le strategie aziendali e i profili delle offerte. ■

**Ufficio ricerca World Capital*

Hub Fercam a Bologna

Il Gruppo di Bolzano ha deciso di realizzare un nuovo impianto, con una capacità di 30 mila pallet, all'interno dell'area interportuale.

di Carlo Conti

La Fercam ha una storia di oltre sessant'anni. Nacque, infatti, nel 1949, a Bolzano, come azienda per il trasporto merci su ferrovia e su camion, proprio dalle prime tre lettere della prima di queste due parole, e dalle prime due della seconda, derivò il suo nome. Fu, in seguito, nel 1963, rilevata dall'auto-transportatore Eduard Baumgartner che ne sviluppò sempre la vocazione originaria, ossia quella di integrare il trasporto ferroviario con quello stradale. Vocazione concretizzata nel 1975, quando iniziò a fare trasporti intermodali, a "combinare" la strada con la rotaia. Intanto, l'azienda continuava a crescere. Alcune delle sue tappe: nel 1976, l'acquisto della ditta Zigliotti di Verona, l'anno dopo lo sviluppo della rete di filiali in Italia e in Germania, poi l'allargamento alla Francia, alla Spagna, all'Olanda. Nel 1986 un passo importante

con l'acquisto della Gondrand. Altro step rilevante nella storia dell'azienda fu fatto nel 2003 grazie all'accordo con la società Dachser che aprì una nuova era nel settore del groupage internazionale. Alcuni degli altri "passaggi": nel 2005

Una collocazione favorevole per lo sviluppo intermodale

venne inaugurato il centro logistico di Rho e tre anni dopo il nuovo magazzino della filiale di Padova e l'apertura di una filiale a Gijon in Spagna. "E' stato seguito un percorso, partito dai trasporti su gomma e rotaia, passato per le spedizioni nazionali e internazionali con tutte le modalità, strada-ferrovia-mare-aereo, consolidato dall'apertura di numerosi centri logistici, che ha condotto Fercam a essere uno dei leader europei della logistica integrata con un'offerta a 360 gradi, sempre capace di adattarsi alle esigenze dei clienti", sottolinea Walter Mit-

terer, direttore Sales&Marketing dell'azienda.

Oggi, si sta aggiungendo un nuovo tassello al "mosaico" Fercam. Infatti, è stata presentata la scelta di costruire un nuovo hub nell'interporto di Bologna. L'apertura dell'impianto è prevista nel 2013. Importanti i dati tecnici dell'opera: 7.000 metri quadrati (coperti e aperti) di ribalta corriere; 31 mila metri quadrati di logistica; 30 mila metri quadrati di piazzali e parcheggi; 70 mila posti pallet; 90 rampe di carico; mille metri quadrati di uffici; 150 persone impegnate tra dipendenti diretti e indiretti. L'impianto sarà dotato di sistemi informatici per la gestione RFID, voice picking e carrelli elevatori con telecamera; di un magazzino fiscale e doganale; di 4.000 pannelli solari. Inoltre, è previsto che sarà operativo 24 ore su 24 e che consentirà di migliorare ulteriormente la distribuzione delle merci con partenza dirette in Italia e verso i maggiori paesi europei. In quest'ultima previsione è anche racchiuso il perché della scelta di Bologna come sede di questo nuovo investimento. L'interporto bolognese è infatti una delle principali piattaforme logistiche italiane posta al crocevia di importanti assi di traffico nazionali e internazionali. Inoltre, come ha sottolineato Zeno D'Agostino, direttore generale dell'interporto, durante la presentazione della nuova iniziativa Fercam, l'interporto sta moltiplicando le sue iniziative e i servizi da porre a disposizione delle aziende e delle persone che lavorano all'interno della struttura, cercando di coprire tutte quelle attività che



gli operatori singolarmente non sono in grado di svolgere, permettendo così alle aziende che vi s'insediano di migliorare il proprio lavoro. Altro dato importante è la rilevante presenza nell'interporto della ferrovia. Presenza che è fondamentale per l'attività intermodale di Fercam. Nell'interporto operano sette, otto imprese ferroviarie. Il traffico su rotaia è tornato ai livelli precrisi, nonostante il calo dell'impegno di Trenitalia Cargo, che ha visto scendere la sua quota da un precedente 90% a, più o meno, il 30%. Due sono i terminal ferroviari, uno gestito da Terminali Italia e uno da CoGeFrin. L'interporto fa treni con Italcontainer per la Germania, Duisburg e Bonen, collabora con Hupac e NordCargo per la Svizzera, con ISC entra nella rete Kombiverkehr da Verona, con GTS inoltra treni per Rotterdam e Zeebrugge. E' collegato a tutta l'Italia portuale e interportuale con i servizi di FER, Serfer, Rail Italia, ISC, Italia Logistica, Sogemar e Trenitalia Cargo. Tutto ciò viene svolto nella più assoluta "neutralità". Infatti, l'interporto di Bologna ha fatto la scelta, diversamente da altre strutture simili, di non fare logistica in proprio, di non essere concorrenziale con le aziende che entrano a far parte del "mondo interportuale" bolognese, ma invece, come prima dicevamo, di venire incontro a tutte le esigenze di coloro che vi s'insediano. Nella presentazione è intervenuto anche Luca Cesana, responsabile acquisti e logistica della Dialfa Pharmaceuticals, azienda che si pone sul mercato nazionale e internazionale offrendo prodotti cosmetici, parafarmaceutici e articoli da regalo particolarmente orientati al mondo del bambino e dei giovani in genere. In particolare, l'azienda produce e commercializza su due licenze, la prima acquisita è stata per prodotti a marchio Disney e la seconda per il marchio Hello Kitty, di sempre maggiore successo. Cesana ha raccontato un po' la storia recente dell'azienda, che ha visto una forte espansione sulla spinta delle licenze acquisite. Inizialmente il magazzino era stato posizionato a Sesto Fiorentino, usufruendo di spazi disponibili presso un socio dell'azienda, impegnato nel settore farmaceutico, anche perché le aree principalmente servite erano la Toscana e il Lazio. Poi le cose sono cambiate, gli spazi insufficienti ed è stato deciso il trasferimento dell'intera logistica, affidata a Fercam, all'interno dell'interporto bolognese. Un trasferimento coronato da successo perché, proprio sulla base delle cose dette in precedenza, ha permesso alla Dialfa di crescere rapidamente, di raggiungere più velocemente i clienti che piano piano sono diventati sempre più numerosi al nord (che oggi ne conta il 40%, contro il 43% del centro e il 17% del sud) e anche di abbreviare i tempi per le esportazioni. Attualmente i tempi di consegna sono di 24 ore in Italia e di 48 per l'estero. Un risultato brillante, frutto, come ha sottolineato Cesana, "della partnership con Fercam, che si è dimostrata vincente, e di una posizione del magazzino baricentrica al nostro mercato". ■



GSE, da più di 35 anni la risposta globale ai vostri progetti immobiliari.

In un mercato caratterizzato dalla forte competitività e compressione dei costi, l'innovazione tecnica e la rapidità di esecuzione costituiscono i pilastri della risposta di GSE Group al mondo della Logistica immobiliare, dalla concezione iniziale alla realizzazione chiavi in mano.

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

- Gestione a 360° dei progetti nelle fasi di Studio e Costruzione
- Ricerca del terreno e/o del finanziatore
- Coordinamento urbanistico, amministrativo, finanziario, legale
- Value engineering
- Integrazione progettuale del Processo industriale
- Impegno contrattuale su prezzo, tempi e performance
- Polizza globali sull'intera opera eseguita
- Assistenza post-vendita

Più di 15 milioni di m² di immobili costruiti.

Oggi in 20 paesi tra cui Romania, Polonia, Marocco, Cina.

Committenti e vettori online s'intendono

Le funzionalità della piattaforma Transporeon hanno l'obiettivo di rendere più facili e veloci i rapporti tra le aziende e i loro trasportatori.

di **Valerio Di Velo**



ROBERTO OSTILI

“The Logistics Efficiencator” è la linea guida, lo slogan, che caratterizza Transporeon, la piattaforma logistica online che ha la sua principale funzione nel collegare le aziende dell'industria e del commercio con i propri trasportatori. Nei contenuti di questo “collegamento” sta tutto il significato dello “slogan” che abbiamo citato: la piattaforma online Transporeon contribuisce significativamente a migliorare l'efficienza del sistema logistico di un'impresa, “facilita” l'incontro e la soluzione dei problemi tra committenti e vettori, aumenta il livello delle informazioni in tempo reale e quello dei controlli. Quella di divenire “facilitatori” logistici è stata un'idea venuta nel 2000 ai quattro fondatori dell'azienda, tedeschi della Germania meridionale, che la definirono

“semplice, ma di grande effetto e di grande potenzialità”. E avevano ragione, se si pensa che in poco più di dieci anni la piccola azienda è divenuta un Gruppo presente e attivo si può dire in tutto il mondo, con un fatturato che cresce del 30% l'anno. Per saperne di più, abbiamo intervistato Roberto Ostili, Head of Sales and Marketing Southern and Western Europe Transporeon. “Non siamo una borsa noli”, puntualizza subito, “mettiamo invece a disposizione delle aziende, diciamo dei committenti, e dei vettori, ossia gli autotrasportatori, un sistema online personalizzato, in quanto può essere modificato sulla base delle singole esigenze, che mira a semplificare e contemporaneamente a ottimizzare la reciproca comunicazione. Un sistema in versione sia stand-alone sia come soluzione integrata con i vari sistemi ERP aziendali. Il nostro obiettivo è di rendere molto più veloci tutti i processi che conducono all'affidamento e, dall'altra parte, all'accettazione di

un trasporto, tenendo tutto ciò sotto un continuo controllo. Tutto si può dire si svolge in tempo reale. Questo, in definitiva, è il significato di voler essere dei ‘semplificatori’ logistici ed è anche la chiave del nostro successo”.

LA VOSTRA PIATTAFORMA SI DISTINGUE IN VARIE “FUNZIONALITÀ”, CE LE DESCRIVE?

■ Partiamo dal “no-touch order”. Tale variante permette a un'azienda di mettersi in contatto con tutti i suoi vettori qualificati in modalità one-to-one per affidargli il trasporto sulla base di tariffe e accordi già stabiliti su medio-lungo periodo. Permette, in pratica, di proporre uno o più viaggi a un solo vettore, scelto manualmente o automaticamente sulla base degli accordi in essere o di altri criteri definiti dall'azienda committente del trasporto (ad esempio, per tratta, per prezzo, per veicolo, per quota, ecc.) e di ricevere la sua conferma o rifiuto direttamente nel proprio ERP. In caso di rifiuto, il trasporto viene richiesto a un altro vettore manualmente o con

L'azienda sta aumentando il fatturato del 30% l'anno



un'iterazione automatica sulla base degli accordi in vigore tra l'azienda e i suoi trasportatori. Un'operazione che online si trasforma in una pratica veloce e che in precedenza sottoponeva gli addetti delle imprese a "febrili" conversazioni telefoniche o via email e fax, senza riuscire quasi mai a interpellare, per questioni di tempo, tutti i vettori solitamente usati dall'azienda. Altra variante è il "dynamic contract", che si distingue dalla precedente perché i committenti e i vettori non

"ragionano" sulla base di un contratto rigido, ma all'interno di un range, di un minimo e di un massimo, concordato per quanto riguarda sia le tariffe sia le quantità. Ha un vantaggio per entrambe le parti: sicurezza nella pianificazione senza rinunciare alla flessibilità necessaria per ottenere condizioni favorevoli all'interno di
prezzi



CASE STUDY

BURGO GROUP

Burgo Group è uno dei principali produttori mondiali di carte patinate ed è vicino ai più importanti mercati di riferimento europei. La storia del Gruppo affonda le sue radici nell'esperienza di due grandi aziende del settore: Burgo e Marchi, che si sono fondate nel 2007. Oggi conta su 13 stabilimenti e su una capacità produttiva di circa 2,7 milioni di tonnellate di carta patinata, equivalente al 13% della produzione europea. Un insieme di elementi ha indotto il Gruppo a "ripensare" la propria catena logistica, in primo luogo: l'esigenza di uniformare le modalità di assegnazione dei viaggi ai trasportatori da parte dei 13 stabilimenti; avere informazioni più dettagliate sui carichi assegnati o rifiutati da ogni trasportatore per permetterne una migliore valutazione; necessità di poter contare sulla tracciabilità delle consegne in maniera anche visibile da parte della rete commerciale; maggiore rapidità di reazione in funzione di possibili ritardi nelle consegne. Burgo, quindi, si è affidata a Transporeon. Con lo sviluppo delle funzionalità best carrier e no-touch order la cartiera è stata in grado di proporre online ai suoi trasportatori di fiducia i viaggi di cui ha bisogno eliminando le innumerevoli telefonate, fax ed email. Con no-touch order può mettersi in contatto con i trasportatori e richiedere una spedizione sulla base di un prezzo o di un altro parametro. Il trasportatore interpellato può accettare o rifiutare la richiesta. L'uso del sistema best carrier è utile specialmente nei periodi di superlavoro quando c'è scarsa disponibilità di mezzi perché permette di richiedere capacità di trasporto aggiuntiva a più vettori con un semplice "click" spuntando la migliore quotazione e riducendo i chilometri a vuoto. L'altra funzionalità usata è stata transport visibility. Si è quindi ottenuta una forte semplificazione delle procedure di assegnazione dei trasporti, grazie a una comunicazione bidirezionale istantanea, e maggiore controllo e trasparenza su tutte le singole fasi di spedizione, con un migliore livello di qualità del servizio verso il cliente finale.

concordati a priori. Altra versione è il "best carrier", che invece si basa sulla richiesta con un "click" dello stesso trasporto a tutti o parte dei propri trasportatori qualificati richiedendo un prezzo spot. Questo "pacchetto" di funzionalità sta dimostrando tutta la sua validità perché permette forti risparmi di tempo, aumento di produttività da entrambe le parti e con l'aumento delle informazioni anche la riduzione dei viaggi a vuoto. A tutto ciò si aggiungono il "time slot management", che offre ai trasportatori la possibilità di ridurre le attese prenotando all'interno di fasce orarie di riferimento uno slot di tempo per il carico/scarico, e la "transport visibility", ossia la possibilità di tenere sempre sotto controllo attraverso la nostra piattaforma lo stato del trasporto e la sua posizione. Supportiamo, quindi, tutta la logistica "inbound e outbound". Le faccio un esempio: la Burgo muove in media 300 camion al giorno, per un totale di 6.500/7.000 mezzi al mese, è facilmente comprensibile la difficoltà di gestione di un simile movimento senza l'uso di un supporto online, che permetta contatti e soluzioni in tempo reale. È quanto noi mettiamo a disposizione.

CHE MI DICE PER QUANTO RIGUARDA I VETTORI?

■ I loro vantaggi dall'uso della nostra piattaforma sono facilmente identificabili da quanto ho detto finora. Aggiungo che, tramite la nostra piattaforma, ne abbiamo collegati alle aziende circa 30 mila in tutta Europa. L'uso della piattaforma è semplice e facilmente comprensibile perché è disponibile in 18 lingue, così come il training di formazione e il customer service per le azien-

de e per i loro trasportatori. Quindi, non ci sono barriere linguistiche. Inoltre, gli autotrasportatori hanno a disposizione sulla piattaforma un largo

ventaglio di potenziali clienti. Oltre che per le aziende, anche per loro la possibilità di avere a disposizione dati e informazioni sui trasporti permette

di muoversi in uno scenario non più “cieco”, ma, come dicevo, con ampie possibilità di “incrociare” il lavoro, il trasporto giusto. Tutto senza canoni. ■

CASE STUDY

AFV BELTRAME



Dalla carta all'acciaio. La Beltrame, fondata nel 1986, è da tempo leader in Europa nel mercato dei laminati mercantili ed è altresì un importante produttore di profili speciali per i settori della cantieristica navale e del movimento terra. Gli impianti, con una capacità complessiva di circa tre milioni di tonnellate, sono distribuiti in 11 stabilimenti ubicati in Italia, Francia,

Germania, Lussemburgo, Belgio, Romania e Svizzera. Nel 2009, per migliorare il processo logistico, l'azienda ha introdotto nel suo sistema la piattaforma Transporeon. Tra le principali esigenze vi erano quelle di eliminare le assegnazioni dei trasporti via email o telefono senza garanzia di risposta e con scarsa attendibilità delle informazioni, creare sinergie e network tra i vari stabilimenti del gruppo (lasciando autonomia alla periferia, ma avendo una regia centrale), ridurre i chilometri a vuoto, migliorare l'efficienza nella comunicazione con i vettori abbassando i costi, ridurre i tempi di attesa al carico. Con l'introduzione della piattaforma Transporeon tutti gli impianti dell'azienda sono stati messi in sinergia fra loro, sfruttando così in pieno l'intero parco dei trasportatori, comprendendo quelli non direttamente certificati ma già impiegati e al servizio di uno stabilimento nell'area europea. Attraverso la sensibile riduzione dei processi e dei tempi di assegnazione dei trasporti e il continuo monitoraggio centrale delle spedizioni (reso possibile dalla piattaforma nonostante i vari stabilimenti continuino ad usare differenti sistemi ERP) è stato possibile internazionalizzare la quasi totalità dei trasporti verso il cliente finale, riducendo al minimo la quota parte dei viaggi “ex works” e ottimizzando il servizio. “Introducendo la piattaforma Transporeon nel nostro sistema abbiamo creato un pool di trasportatori per tutto il Gruppo, migliorando notevolmente i processi logistici e ottenendo un duplice vantaggio: da un lato, si è di molto snellita l'organizzazione del lavoro e, dall'altro, abbiamo ottenuto una riduzione dei costi di trasporto tra il 5 e il 10%. Ora gestiamo anche l'appuntamento al carico/scarico senza perdite di tempo”, commenta Gabriele Bortolotto, responsabile della logistica del Gruppo.



CASE STUDY

WHIRLPOOL



La Whirlpool Corporation, fondata nel 1911 nel Michigan, Usa, è oggi leader nella produzione e commercializzazione di grandi elettrodomestici, con un fatturato di oltre 18 miliardi di dollari nel 2010, 71 mila dipendenti e 66 centri di produzione e ricerca tecnologica sparsi in tutto il mondo. Anche la Whirlpool, in Italia, si è trovata davanti a due principali esigenze: migliorare la comunicazione nell'assegnazione dei trasporti (mirando alla tracciabilità e alla riduzione dei consumi di risorse e tempi) e facilitare il processo del booking, ottenendo una migliore trasparenza per i vari attori della supply chain. La soluzione è stata trovata applicando “no-touch order” e “time slot management”. L'azienda e il team dei tecnici Transporeon, dopo un'attenta analisi dei bisogni, hanno messo a punto il progetto, adeguando e personalizzando le due funzionalità. Oggi, oltre a tutte le fabbriche e i magazzini italiani, il 90% dei siti aziendali europei lavorano a regime con la piattaforma. In particolare, con no-touch order, è stato raggiunto l'obiettivo di consolidare la partnership con il parco fornitori e la comunicazione si è notevolmente snellita, mentre l'altra funzionalità ha permesso l'ottimizzazione del booking per le operazioni di carico/scarico.



SMOOV
Automazione senza limiti



Di spazio, di tempi, di costi. Sono numerose le barriere che possono ostacolare il flusso delle tue merci in magazzino.

Smooov ASRV è l'unico sistema di **automazione distribuita** per la gestione integrata dei tuoi pallet basato su veicoli intelligenti, interconnessi e indipendenti dalla struttura di magazzino che, grazie a giranti dedicati, si muovono tra le scaffalature nelle due direzioni ortogonali, svolgendo in autonomia operazioni di stoccaggio e movimentazione merci, ottimizzando le missioni e superando eventuali limiti strutturali esistenti.

Modulare, flessibile, scalabile, Smooov rivoluziona l'automazione intralogistica estendendola a contesti finora impossibili, come locali con vincoli di altezza, forme irregolari, complesse o di piccole dimensioni.

Vuoi implementare nel tuo magazzino la soluzione Smooov più adatta a te? Visita il sito www.smooov-asrv.eu e scopri la nostra rete di Solution Partner o invia una e-mail a smooov@smooov-asrv.eu


SMOOV ASRV
WHEREVER SMART

SERDOCKS

CONSULENZE

Serdocks fornisce supporto agli operatori logistici per:

- Progettazione di infrastrutture fisiche e informative.
- Studi ed analisi di mercato.
- Attività di vendita, marketing, pubblicità, organizzazione di manifestazioni e convegni.
- Selezione di fornitori e definizione della contrattualistica.
- Approvvigionamento di beni e servizi.
- Gestione e controllo di iniziative di trasformazione aziendale.
- Organizzazione di corsi di formazione.
- Selezione e supporto per accedere ai contributi della formazione.

SERVIZI

Serdocks eroga servizi alle aziende per:

- Gestione dei sistemi informativi.
- Gestione dei processi non "core" (personale, contabilità)

COMUNICAZIONE

Serdocks ricopre il ruolo di referente principale per le aziende del settore, nella fornitura esclusiva di dati e di informazioni.

È editore di:

- EUROMERCI rivista di logistica, distribuzione e trasporto.
- Altri periodici e pubblicazioni.

Serdocks vanta referenze con operatori locali, globali e con associazioni di categoria di rilievo nazionale. (Assologistico)

Serdocks S.r.l.
Via Comala, 19 - 20124 Milano
Tel: +39 02 66 91 567
Fax: +39 02 66 71 42 45
Email: serdocks@serdocks.it



SERDOCKS S.R.L.



I porti sono “sospesi”

Da decenni si parla di “specializzazione” dei porti, da anni si attende la riforma della legge 84/94, scomparsa nei meandri del parlamento, sempre da tempo infinito si aspetta che venga decretata l’ormai favolosa “autonomia finanziaria” delle Autorità portuali. Tutto resta fermo, mentre i nostri concorrenti su tutte le sponde del Mediterraneo si muovono e investono, anche paesi in condizioni economiche ancora più complesse delle nostre come la Spagna. Per non parlare dei porti del northern range, con Rotterdam, ad esempio, che si è posta l’obiettivo di quasi raddoppiare nei prossimi anni le sue dimensioni. E il tempo passa ...

Cosa occorrerebbe fare

“La politica deve finalmente decidere, la ferrovia deve tornare nei porti e la burocrazia deve cessare di essere un ostacolo”, sottolinea Sebastiano Grasso, amministratore delegato Sogemar.

di **Paolo Giordano**



SEBASTIANO GRASSO

Gli italiani hanno una memoria corta. Nessuno, sicuramente da parte di chi si occupa in parlamento, nei ministeri, in politica del problema del “sistema logistico nazionale”, si ricorda di quanto fu analizzato, detto e scritto alla fine degli anni '70 e nei primi anni '80 sulla situazione del trasporto merci italiano. Proviamo a ricordarlo. Il Piano Generale Trasporti, varato il 10 aprile del 1986, ad esempio, citava 21 centri di spesa pubblica destinati ai trasporti, ciascuno con una notevole autonomia decisionale e gestionale, sottolineando come tale situazione creasse “una generale inefficienza e alti costi”. Il Piano, allora, si poneva un principale obiettivo: “la scelta delle priorità”. E aggiungeva: “Tale scelta deve avvenire sulla base di una metodologia uniforme che esamini oltre gli aspetti economici, tecnici e tecnologici anche quelli sociali e ambientali... Gli interventi non vanno

più interpretati come semplice arricchimento infrastrutturale del territorio, ma come azioni finalizzate, in cui la componente strutturale e infrastrutturale è strettamente connessa con il servizio prodotto, con l'economia dell'intero sistema”. Sono passati oltre 26 anni. Il mondo ha vissuto eventi apocalittici: è scomparsa l'Unione Sovietica, si è riunificata la Germania, è esplosa la globalizzazione, è cambiato tutto, e noi, limitiamoci al settore del trasporto merci, siamo rimasti ancora nella situazione descritta dal Piano dell'86. Nessuno ha “scelto priorità”, nessuno si è preoccupato di coordinare “i centri di spesa”, nessuno si è occupato di “efficienza” e di “servizi”, nessuno ha neppure provato a realizzare “un sistema” (tranne che scrivere di continuo e ovunque l'espressione “sistema paese”, senza mai spiegare a cosa diavolo sia riferita). Nonostante in questi 26 anni siano passati governi di tutti i colori, una quantità innumerevole di ministri, il ministero dei Trasporti sia stato “impacchettato” e “spacchettato” di continuo, con o senza quello delle Infrastrutture, siano stati varati cinque, sei “Piani nazionali della logistica”, tutti finiti nel cassetto, l'ultimo pieno di buone intenzioni, pieno di “forme incentivanti”, ma grottescamente senza un euro a disposizione. Tutto è restato fermo. E i porti sono stati tra le infrastrutture che più hanno pagato tale prassi dell’“immobilità”. Affrontiamo il tema, e la “storia” della logistica nazionale, con Sebastiano Grasso, una carriera spesa nel set-

tore, attuale amministratore delegato della Sogemar.

PORTI E LOGISTICA, DUE LATI DI UNA STESSA MEDAGLIA. SE CI GUARDIAMO ALLE SPALLE, AL PASSATO DEL NOSTRO PAESE, PIÙ O MENO RECENTE, QUESTA “MEDAGLIA”, SECONDO LEI, COME È STATA GESTITA?

■ Non credo che servano tante parole. L'attuale situazione di precarietà, di inefficienza è assolutamente evidente ed è il risultato di una totale sottovalutazione, di una totale incomprensione del rilievo che la logistica e la portualità hanno nell'economia nazionale, come è dimostrato dalla loro incidenza sul prodotto interno lordo. Sono oltre trent'anni che la logistica, se si esclude un impressionante numero di convegni, non viene presa in considerazione come settore economico vitale. Il giudizio sta nelle cose: non è stato fatto nulla. Al massimo possiamo citare la legge 240/90, la legge 84/94, quella 166/2000, che poi sappiamo come è finita. Il resto, appunto, è nulla. Se parliamo di porti, possiamo dire che la logica che ha guidato la loro gestione è stata quella, come si usa dire, della “parrocchia”: ognuno ha coltivato il proprio orticello, il proprio interesse locale. Così ci ritroviamo con porti commerciali sparsi ovunque lungo tutte le coste, senza alcuna specializzazione, se togliamo quelli che fanno transhipment, ma che vanno considerati come “porti tecnici” per gli operatori. Questa prassi ha tradito i principi basilari della



logistica, non sono state tenute in alcun conto tre esigenze fondamentali: concentrare i traffici, limitare le rotture di carico solo a quelle necessarie, realizzare adeguate “masse” di volumi. Occorreva scegliere su quali porti puntare, occorreva prendere decisioni che non sono state mai prese, occorreva almeno un minimo di specializzazione. La classe politica non ha ragionato così. E’ prevalsa una cultura portuale, definiamola, “camallistica”, nella quale hanno avuto il sopravvento, come dicevo, gli interessi particolari e locali. Ogni politico ha curato la propria immagine locale, senza guardare agli interessi complessivi del paese. Senza preoccuparsi che la geografia del mondo andava cambiando, che i trasporti via terra andavano diminuendo, mentre crescevano quelli via mare. Oltretutto senza avere l’umiltà di imparare dagli altri, senza osservare i comportamenti dei paesi esteri mentre mettevano a segno grandi progressi.

A COSA SI RIFERISCE, IN PARTICOLARE?

■ Mi scusi, ma la Cina, paese immenso, quanti porti ha? L’Olanda ha puntato su Rotterdam e la Germania principalmente su Amburgo. Su queste realtà hanno costruito il sistema logistico del paese. Rotterdam cresce perché nel raggio di 40/50 chilometri ha realizzato cittadelle logistiche, vicino ai luoghi di produzione,

che sono collegate con lo scalo attraverso navette ferroviarie che sono una parte essenziale del processo di produzione industriale del porto. Noi ancora andiamo dibattendolo sulla realizzazione nei porti, a destra e a manca, di “distripark”, che era un argomento che poteva avere una logica decenni fa quando potevano servire per consolidare la merce, le piccole forniture, e oggi sono superati. Un servizio ferroviario efficiente nel porto permette di abbassare i costi dell’handling, rispetto all’uso del camion, il mezzo “principe” di collegamento con la terra dei nostri scali. Un treno in Olanda porta 35 pezzi in un colpo solo, mentre in Italia servono 35 camion che magari arrivano diluiti nel tempo. C’è grande dispersione di risorse e di tempi. Dispersione alla quale possiamo aggiungere i disastri burocratici a livello doganale per l’import-export. In Olanda le operazioni non si fanno nello scalo, ma prima, a terra. Da noi il tempo è una realtà astratta, non un fattore economico di grande incidenza.

LE COSE POTREBBERO IN ITALIA ANCHE PEGGIORARE, VISTO CHE PARE “SCOMPARSO” LO SPORTELLINO UNICO DOGANALE...

■ Su questo tema siamo in piena schizofrenia: da un lato, nel decreto sviluppo ci si dimentica, speriamo sia una dimenticanza, dello sportello unico, mentre dal-

l’altro vengono irrigidite e moltiplicate le sanzioni su ogni genere di violazioni, anche su quelle ascrivibili a errori materiali. Errori non difficili da compiere se si considera che consultare le tabelle doganali e come sfogliare un’enciclopedia. Lo Stato non capisce una cosa elementare: così facendo perde risorse, che va invece disperatamente cercando nelle tasche degli italiani, perché sulle merci che scelgono di usare i porti esteri perde il 25% dei diritti doganali, oltre perdere il lavoro logistico e di trasporto che viene fatto da imprese straniere. Le faccio un banale calcolo, a spanne: per le nostre inefficienze si può calcolare che l’anno scorso abbiamo perso tra le 700 e le 800 mila unità di carico, valutando che mediamente in ognuna ci siano merci per un valore di 60 mila dollari, si può dire che lo Stato abbia perso tra i 5 e i 6 miliardi di dollari di imposte. Risultato brillante. E nessuno se ne cura.

PER CHIUDERE, QUALI SONO, IN SINTESI, I TRE, QUATTRO PROBLEMI CHE SECONDO LEI BISOGNA RISOLVERE?

■ Credo che siano desumibili da quanto abbiamo detto finora. Ribadisco, appunto, in sintesi: arrivare a una politica che scelga e decida, che è poi il suo mestiere; trasformare nei porti la mobilità delle merci, concentrandola sulla ferrovia che è la modalità che dà maggior valore; semplificare e innovare la burocrazia, rendendo i meccanismi doganali molto più veloci e meno costosi; “riportarci a casa” il trasporto, convincendo le nostre imprese a controllarlo fino a destino. La ripresa economica passa anche attraverso queste, per l’Italia, fondamentali innovazioni. ■

Nuove infrastrutture a Taranto

A livello infrastrutturale, nella portualità meridionale, è avvenuto qualcosa d'importante: è stato firmato, e contemporaneamente presentato alla stampa, e con molta enfasi, un accordo per lo sviluppo del porto di Taranto. Accordo raggiunto al termine di una lunga e complessa trattativa condotta in prima battuta dal presidente dell'Autorità portuale e dal ministero per la Coesione territoriale. L'accordo prevede investimenti per oltre 187 milioni di euro in opere di protezione del porto, di riqualificazione ambientale e di riconfigurazione delle banchine. Per sottolineare il rilievo dell'impegno, basta ricordare che l'intesa è stata firmata dal ministro per la Coesione territoriale Fabrizio Barca, dal viceministro delle Infrastrutture e dei Trasporti Mario Ciaccia, dal sottosegretario al ministero dell'Ambiente e della Tutela del territorio e del mare Tullio Fanelli, dal presidente della Regione Puglia Nichi Vendola, dal presidente della provincia di Taranto Giovanni Florido, dal sindaco della città Ippazio Stefano, dal presidente dell'Autorità portuale Sergio Pre-

te. Altri firmatari sono stati il gruppo Ferrovie dello Stato, la società che fa capo al ministero dell'Ambiente Sogesid e le compagnie marittime, terminalistiche e di logistica impegnate nello scalo (Evergreen, TCT, Luante Estate BV, GSI Logistic, Hutchinson Port Taranto). Inoltre, nel comunicato stampa emesso al termine della cerimonia durante la quale l'intesa è stata firmata viene sottolineato un fatto importante: "Sulla base delle esigenze esistenti e degli obiettivi identificati, tutte le parti firmatarie, consapevoli che il mancato rispetto dei tempi comporterebbe gravi conseguenze per il sistema portuale nazionale, si sono impegnate a completare il piano degli interventi previsti entro 24 mesi dalla sottoscrizione dell'accordo. Al fine di accelerare il superamento delle problematiche connesse alla realizzazione degli interventi, il presidente dell'Autorità portuale è stato nominato commissario straordinario, con tutti i poteri previsti dal decreto legislativo 163/2006". Un aspetto rilevante se si considera che molte

delle opere previste sono in calendario da epoche immemorabili. Questa iniziativa, certamente lodevole, suscita qualche perplessità. In primo luogo, per la principale motivazione che l'ha messa in moto. Motivazione che è anche sottolineata nel comunicato che abbiamo citato in precedenza: "Le criticità infrastrutturali del porto di Taranto hanno determinato nel tempo la riduzione delle attività da parte delle compagnie di navigazione e di logistica operanti nello scalo. Alcune di queste compagnie hanno rappresentato fortemente il proprio disagio, annunciando l'eventualità di un definitivo abbandono delle linee di navigazione che ancora si avvalgono del porto e dei relativi servizi, cui conseguirebbe

un notevole pregiudizio economico e occupazionale. Il verificarsi di tale evento avrebbe creato anche un grave pregiudizio alla funzionalità e all'efficacia della piastra logistica portuale, deliberata dal Cipe nel novembre 2010 con l'obiettivo di favorire lo sviluppo del territorio attraverso la realizzazione di un sistema di logistica integrata". Allora, l'intesa è stata fatta essen-



zialmente per evitare che la compagnia marittima Evergreen, che ha in concessione la banchina container, continuasse a spostare la destinazione di linee, come ha già fatto, da Taranto al Pireo e per convincere la società TCT, ossia quella che gestisce il terminal container, a non portare a termine il percorso volto alla messa in mobilità di 160 lavoratori e all'ottenimento della cassa integrazione a rotazione (la società conta circa 500 addetti). Obiettivi raggiunti, infatti durante la presentazione dell'accordo Evergreen ha dichiarato che s'impegna a riportare a Taranto almeno un milione di teu (non dimentichiamo su una banchina che ha una capacità doppia), mentre la TCT ha dato l'annuncio di aver interrotto le procedure su cassa integrazione e mobilità. Non vorremmo sollevare questioni, come si suole dire, "di lana caprina", ma un progetto così importante per investimenti e opere da realizzare può avere la spinta decisiva non da una strategia, da un disegno di sviluppo, da una complessiva politica sulla

portualità nazionale che identifichi obiettivi particolari e generali, ma da necessità, pur significative, contingenti? Sulla risposta a questa domanda si gioca molto del futuro del porto di Taranto: se gli investimenti mirano solo a realizzare opere, una volta finite ben difficilmente lo scalo vivrà una fase di sviluppo. Tutti sappiamo, e abbiamo imparato, che sono coloro che gestiscono le merci che scelgono dove scalare, se si tratta di porti, e lo fanno non solo in base alle problematiche infrastrutturali, ma principalmente sulla base dei servizi che hanno a disposizione. Il presidente dell'Autorità portuale, Sergio Prete, ha dichiarato che Taranto non vuole essere più un porto di solo transhipment, ma uno scalo dove le merci si fermano, i container vengono aperti e "lavorati" e quindi le merci ripedite ai destinatari finali. Un obiettivo corretto e ambizioso: per raggiungerlo, però, servono i servizi ferroviari. Senza ferrovia tutto questo non si fa, lo insegnano i grandi porti del nord Europa. Sempre Prete ha sottolineato che

l'intesa firmata prevede un forte sforzo finanziario delle Ferrovie dello Stato, che realizzeranno raccordi, che ristruttureranno la stazione Bellavista. Resta un problema centrale, finora in Italia irrisolto: chi gestirà i servizi ferroviari? A Bari c'è la GTS, efficiente società ferroviaria privata, ma con sette locomotori, per le grandi ferrovie estere, essenzialmente tedesche e svizzere, che operano nel nostro paese il territorio nazionale finisce a Novara, a Domodossola, a Verona, al massimo a Bologna. Per l'ennesima volta, anche nel caso dello sviluppo del porto tarantino, si ripresenta la questione se sia possibile avere un sistema nazionale logistico efficiente senza un impegno delle Ferrovie dello Stato, se si possa continuare a parlare d'intermodalità mare-terra, facendo a meno della ferrovia. L'atteggiamento di Trenitalia, che di fatto ha smontato pezzo per pezzo la divisione merci, non lascia adito a tante speranze. Non vorremmo che si costruissero binari, senza che poi, sopra, ci passi alcun treno. ■



PORT & SHIPPING TECH
Genova
Porto Antico - Centro Congressi
29 e 30 novembre 2012

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

TECNOLOGIE INNOVATIVE
PER LO SVILUPPO DEL PROCESSO LOGISTICO

NUOVI MERCATI

Profilo strategico per l'Europa del Nord e del Nord-Ovest

LOGISTICA SOSTENIBILE

Politiche, progetti e tecnologie per lo sviluppo delle city logistic e la mobilità sostenibile nei porti. Soluzioni e idee per promuovere il green logistics e lo sviluppo economico del Nord Ovest

GREEN SHIPPING

Green Shipping Summit

Progetti e tecnologie all'avanguardia per la promozione di un trasporto marittimo più sostenibile e il per lo sviluppo del settore della containeristica

GREEN PORTS

Strategie e modelli di business per porti e città sostenibili

Organizzato da:

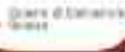


Spiegatachi Organizzazione

Doet Ave Giulia Conchiani
Via Solbompa, 1A - 16124 Genova
Tel: +39 010 42 37 101
Fax: +39 010 999 86 83
Mobile: +39 348 479 4176
Email: genova@wag.clicktivity.it

Web: www.shippingtech.it

Comitato Promotore:



In contemporanea:



Autostrade del Mare, una chance rilevante

L'Italia può vantare un insieme di armatori RoRo che posiziona la nostra flotta ai primi posti a livello mondiale in tale settore.

di **Giovanna Visco**

Dal report Blue Growth, commissionato dalla DG Mare, risulta che in Europa lo Short Sea Shipping-SSS è un sistema estremamente articolato, che si sviluppa in un insieme di servizi, di linea e non, per tutte le tipologie di merce, coprendo circa il 40% del trasporto complessivo intra-europeo. È all'interno di questo network che insiste la strategica cerniera di collegamento tra traffici e porti costituita dai servizi RoRo. Infatti, la flessibilità di stivaggio (dai progetti ai vagoni ferroviari, ai camion, alle auto al seguito dei passeggeri, il RoRo/pax, fino alle merci unitizzate), le modeste dotazioni di banchina necessarie all'operatività, la manovrabilità e una contenuta esigenza di fondale rendono questa tipologia di nave non solo economicamente e operativamente efficiente ma anche ambientalmente efficace, perché spostando i camion dalla strada al mare, abbassa le emissioni di CO2, il congestionamento e gli incidenti stradali. L'insieme di queste caratteristiche è diventato il fulcro delle Autostrade del mare, oggi al centro di molti progetti cofinanziati dalla UE fino al 30%, soglia recentemente innalzata dal consiglio dei ministri europei dei Trasporti su proposta italiana, ed inserite nel provvedimento CEF per le reti infrastrutturali europee. In Italia, dallo studio Porti e Logistica della Cassa Depositi e Prestiti, il traffico Roro nel 2010 ha movimentato

il 17% (80,5 mln t) delle merci trasportate nei porti italiani, recuperando il 7% sul 2009 che, a sua volta, aveva registrato una contrazione di -11,5% sull'anno precedente. Questo dato supera di ben 5 punti la media dell'UE27 riferita allo stesso anno. Infatti, come rilevato da Eurostat, su circa 3,500 mld t di merci movimentate nei principali porti europei (quelli da oltre un milione t/anno), il 12% ha riguardato servizi RoRo (gli altri dati: 19% servizi container, 64% rinfuse e 6% carichi convenzionali). Tuttavia, si va sempre più affermando l'impiego di navi di nuova generazione Ro-Pax, che trasportano contemporaneamente merci e viaggiatori con capienti stive per merci e ponti passeggeri di elevato standard, che trasformano il passaggio nave in una breve crociera, con un ventaglio di servizi acquistabili singolarmente dal cliente direttamente a bordo. Escludendo le crociere, nel 2010 i porti EU27 hanno movimentato circa 396 milioni di passeggeri, di cui 95 mln (il 4% del totale dei viaggiatori in Italia ma la quota è in crescita costante dal 2005) registrati solo nel nostro paese, che figura così al primo posto della classifica europea, per effetto soprattutto delle tratte nazionali che hanno registrato 88 mln di utenti (93%). In prospettiva, da segnali come quello del 2009 in cui si è posizionata nello SSS Med al primo posto con la quota del 30% nonostante la forte contrazione generale dell'econo-

mia, la portualità italiana può giocare un ruolo importante nei traffici internazionali SSS. Secondo le recenti elaborazioni di Studi e Ricerche per il Mezzogiorno, nel 2011 l'interscambio commerciale con l'Area Mediterranea dell'Italia ha raggiunto il valore di circa 41 mld di euro, di cui circa il 51% (21 mld) con Algeria, Egitto, Libia, Marocco e Tunisia, il 42% (17 mld) con Israele, Libano, Siria e Turchia e il 7% (3 mld) con Albania, Bosnia-Erzegovina, Montenegro e Croazia. Oltre alla presenza di due regioni insulari, almeno tre fattori hanno concorso a determinare tali numeri: l'economia reale italiana diffusa che esporta merce richiesta dai paesi mediterranei e importa prodotti energetici; la costa con molti porti commerciali collegati alla rete viaria terrestre; la presenza sui mercati di grandi player RoRo italiani, capaci di investire e adattarsi rapidamente a mutamenti come la volatilità del costo del fuel, che ha spinto gli ordini di navi RoPax di ampia capacità di carico, per ottimizzare economie di scala e di scopo su tratte internazionali, a, relativamente, basso consumo di combustibile. Tuttavia, il combustibile resta il motivo di maggiore preoccupazione e di ricerca di soluzioni tra gli armatori, per il pericolo dietro l'angolo di forti e speculativi rincari del prezzo del fuel, che metterebbero fuori mercato soprattutto le Autostrade del Mare, spingendo i mezzi pesanti al ri-



torno al tutto gomma, a seguito della direttiva UE che sancisce nei mari europei l'uso di un fuel a bassissimo contenuto di zolfo, portando il limite consentito da 3,5% a 0,5% fino allo 0,1% in prossimità delle coste e nelle aree Seca dal 2015, che dal 2020 sarà poi esteso a tutte le acque comunitarie. L'Italia vanta un insieme di armatori RoRo che posiziona la nostra flotta ai primi posti nel mondo, dando linfa al modello di trasporto RoRo delle AdM, che ha sviluppato in Italia un network logistico mare-terra collegato al Mediterraneo quanto al Mar del Nord, determinando una forte specializzazione in questo settore di alcuni porti per oltre il 50% del loro traffico totale, come Palermo, Olbia, Catania, Bari e Salerno (elaborazione CDP). In particolare, la dinamicità dei paesi che si affacciano sul Mediterraneo sta producendo diversi effetti sui porti italiani, che comunque risentono della congiuntura economica occidentale. Nel porto di Livorno, ad esempio, che nel 2010 ha registrato un volume merci RoRo di oltre 10 mln t, nonostante il generale decremento nel primo trimestre del 2012 di quasi il 6% (circa 7 mln t di merce) e un -19% nel segmento delle auto nuove, rispetto allo stesso periodo 2011, il traffico Ro-Ro è cresciuto del 2% grazie all'incremento nel traffico dei mezzi

commerciali (oltre 30 mila mezzi). Civitavecchia, invece, nel primo semestre 2012, seppur segna un -14% del traffico ro-ro con la Sardegna, incrementa del 17% i traffici merci delle AdM per Palermo, Barcellona, Trapani, Catania, Malta, Tunisia e Libia. La vivacità dei collegamenti ha animato il varo di lavori di costruzione di una nuova darsena traghetti per 198 milioni di euro entro il 2015. Penalizzato, invece, dalla crisi della Grecia e dalle turbolenze ancora in atto in Libia, Egitto e Siria, il porto di Venezia ha chiuso il primo quadrimestre del 2012 con un -4,3% dei traffici commerciali (-363 mila t) rispetto allo stesso periodo del 2011, con il picco negativo più alto (-3,2%) proprio nel traffico camionistico RoRo; ma anche i passeggeri dei traghetti registrano segno negativo di 4,9% (circa 10 mila persone). Diversamente, il vicino porto di Trieste, il cui traffico con la Turchia cresce, toccando nel 2011 il volume di 11,6 mln t con oltre 215 mila camion, spingendo all'inaugurazione di un servizio di check in dedicato al Terminal Ferneti per il decongestionamento dei varchi portuali. I camion turchi utilizzano il porto come gate per il centro Europa, proseguendo il viaggio su gomma o su treni ro-la (rollende autobahn), che sulla tratta A/R Trieste-Salisburgo nel 2011 sono stati 1620 per

29.832 camion. Intanto, sull'Alto Tirreno il porto di Savona si prepara a nuovi collegamenti RoRo con la Libia e con la tunisina Zarzis, mentre in quello di Genova sarà potenziata la linea con Marsiglia e Tunisi. Il porto di La Spezia, recentemente inserito dal consiglio europeo dei Trasporti con quello di Livorno nel corridoio europeo Helsinki-La Valletta, sta lavorando a un progetto di corridoio intermodale di collegamento tra sponda Sud Med e Nord Europa; in Sardegna Porto Torres ha programmato la realizzazione di un terminal Ro-Ro e container di oltre 575.000 mq e 1.200 m lineari di banchine, puntando sul ruolo importante che i servizi RoRo svolgono all'interno delle economie di scala del transhipment di contenitori e di auto nuove, guardando contemporaneamente anche al traffico del trasporto di carri ferroviari. D'altra parte, la realizzazione effettiva e la sostenibilità ambientale dei corridoi TenT molto dipenderà dalla varietà e dallo sviluppo delle AdM e sempre più l'UE si mostra convinta di questo, riconoscendo all'Italia un ruolo primario di collegamento Mediterraneo-Nord Europa, rintracciabile anche nelle ultime decisioni prese di inserimento di un'articolazione da Napoli verso i porti di Bari e Taranto sul corridoio Helsinki-La Valletta. ■

Efficienza **web-based**

La piattaforma informatica Mercareon consente di pianificare gli arrivi e le partenze dei mezzi impegnati nelle consegne ai Cedi della grande distribuzione organizzata, aiutando a risolvere complesse criticità.

di **Pierluigi Coppa**



ANDREA GEROLIMON

Se si elencano i numerosi benefici delle applicazioni web based ci si rende conto quasi immediatamente che, oltre a dare un servizio efficiente, qualunque esso sia, non hanno praticamente alcun svantaggio. I clienti, infatti, che utilizzano il software non devono pagare per il possesso di quest'ultimo e, parallelamente, chi fornisce il software non dovrà preoccuparsi di gestire file di licenze, oppure ben più oneroso, evitare copie pirata. Dovrà solo consentire l'accesso ai clienti che forniranno le credenziali per autenticarsi al sistema. Inoltre le applicazioni possono essere utilizzate in qualsiasi luogo e con qualsiasi dispositivo connesso alla rete, oltre a un comune browser di navigazione per l'identificazione.

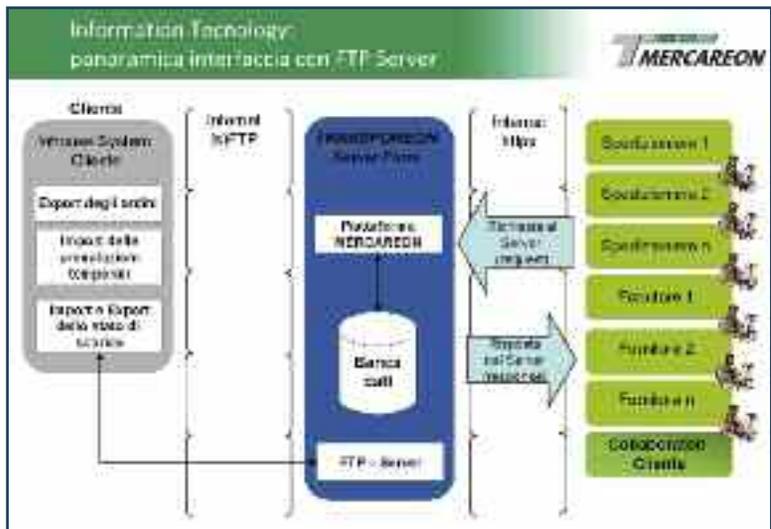
Le problematiche della gestione dei magazzini logistici sono sin troppo conosciute e le cause che le determinano sono diverse, alcune dovute anche alla

congestione del traffico che tende a far giungere a destinazione quasi allo stesso tempo diversi automezzi pesanti, che si ritrovano poi a dover necessariamente attendere parecchio per riuscire a scaricare la merce nelle piattaforme logistiche. Il personale di carico, d'altro canto, opera molto spesso in una situazione altamente inefficiente e "schizofrenica", dal momento che non conosce esattamente quando l'autista arriva al magazzino. La piattaforma Mercareon, attiva nel settore della grande distribuzione, si è posta l'obiettivo di organizzare gli arrivi e gli "slot temporali" da assegnare ai diversi autisti, ponendo fine ad una situazione caotica che, sino ad oggi, costituiva quasi la norma, un "modus operandi" consolidato. In altri termini e molto più semplicemente, sottolinea Andrea Gerolimon, Country Manager Mercareon Italia, "la nostra piattaforma informatica consente di pianificare arrivi e partenze degli automezzi (definendo la massima capacità giornaliera), organizzando semplicemente una serie di appuntamenti che diventeranno vincolanti per tutti gli attori che operano in questo complicato e delicato settore". Un sistema che ricorda molto il ticket cartaceo della posta sotto casa, oppure un'agenda elettronica condivisa tra gli attori della logistica distributiva ed i trasportatori. Fine, quindi, alle contestazioni per chi abbia o

meno la priorità per raggiungere la baia di scarico. Il diritto di recarsi per primi a scaricare la propria merce è debitamente affiancato, ovviamente, dal dovere di rispettare l'orario di arrivo, pena la revoca dello stesso diritto. Tra gli obiettivi di Mercareon è presente anche quello di colmare alcune lacune di comunicazione tra il trasportatore e l'azienda a cui è destinata la merce. L'azienda, infatti, generalmente conosce il nome dei fornitori, ma non quello dei trasportatori. Queste lacune di comunicazione che sono comuni anche tra corriere e destinatario, vengono eliminate ed i vantaggi per tutti gli attori coinvolti sono tangibili: migliore flusso delle informazioni, maggiore trasparenza e pianificabilità, migliore utilizzo delle risorse umane e relativi tempi di attesa notevolmente ridotti che si coniugano, ovviamente, ad una generale riduzione dei costi. L'azienda Mercareon, del gruppo Transporeon, nasce a Ulm in Germania nel 2010 ed è oggi attiva in 10 paesi (Austria, Belgio, Germania, Italia, Lussemburgo, Paesi Bassi, Polonia, Repubblica Ceca, Svizzera), conta circa 5.000 trasportatori associati e, ovviamente, parla correntemente nelle diverse lingue attive nei rispetti-



vi dieci paesi. Qualche numero sugli slot temporali prenotati nel 2011: circa 850 mila con una media di 4.000 al giorno e una relativa riduzione dei tempi di stazionamento che sfiora il 40%. I Cedi attualmente collegati sono 120 con oltre 2.500 fornitori e circa 2.700 trasportatori collegati ad essi. Sono numeri e dati che fanno riflettere sicuramente sul grado di efficienza raggiunto e sulla constatazione che una soluzione realmente molto semplice ha risolto una problematica molto grande che ha sempre aumentato i costi di gestione di tutti gli attori coinvolti, riducendone l'efficienza e aumentando, invece, il "nervosismo" di moltissimi operatori. I flussi merceologici sono, nonostante il periodo economico non certo "brillante", aumentati ed era necessario assolutamente risolvere le lunghe teorie di automezzi fermi in attesa di scarico merce. Anche i clienti come



Conad, Penny Market, Billa, Meloni, Edeka, Rewe Group, non possono far altro che salutare con entusiasmo questa piattaforma che ha già dimostrato come il costo addebitato ai trasportatori per ogni slot temporale prenotato (2,5 euro) non sia solo giustificato, ma addirittura risibile in confronto ai risparmi ottenibili in termini di tempo e carburante. Come "gira" Mercareon? Come già anticipato, la soluzione è interamente Web Based e si basa sostanzialmente sulle "transazioni". Il trasportatore viene identificato dal numero d'ordine d'acquisto e riceve, di conseguenza, una situazione on-line degli slot liberi e disponibili nei diversi magazzini. Successivamente alla scelta dello slot temporale che soddisfa le esigenze del trasportatore, quest'ultimo riceve un numero di prenotazione (dal call center) con cui si presenta all'arrivo al punto di scarico. Ciò consente

una migliore distribuzione dei flussi lavorativi ed elimina, come già detto, inefficienze. Ma non solo, se il trasportatore non desidera solo l'assistenza del call center, ma è interessato anche all'utilizzo della piattaforma informatica, può contattare il team di assistenza di Mercareon al fine di ottenere tutte le informazioni necessarie sull'utilizzo diretto dell'applicazione. Tutelando la privacy dei dati che vengono scambiati durante le transazioni, Mercareon semplifica la comunicazione fra fornitori, trasportatori e i Cedi, ma non solo .. il principale vantaggio della piattaforma è consentire una perfetta pianificazione delle risorse nel reparto ricevimento merci in funzione del fabbisogno giornaliero. Ciò significa una grande ottimizzazione delle maestranze che opereranno, evitando pericolosi picchi di lavoro e stress. Ultimo, ma non per importanza, evitare le code significa non immettere nell'ambiente ingenti quantità di CO2 e risparmiare litri di carburante. I numeri dimostrano che la soluzione "gira" magnificamente: la cooperativa Pac2000a, che tratta il marchio Conad per le regioni Umbria, Lazio, Campania e Calabria, ha stilato un grafico dei tempi di attesa per automezzo: grazie all'utilizzo di Mercareon l'attesa è in media di circa 10 minuti .. niente male!



Geodis, Conad e Mercareon

La presenza dell'azienda logistica francese Geodis in Italia è importante: 2.500 collaboratori e un fatturato nel 2011 di circa 490 milioni di euro, con circa 20 mila clienti. Nel nostro paese dispone di 60 piattaforme dedicate al trasporto nazionale, affiancate da altre nove per quello internazionale. Oltre 700 mila metri quadri di aree coperte e oltre due milioni di metri quadri scoperti con 18 magazzini logistici. Abbiamo snocciolato alcuni dati che "fotografano" la realtà Geodis in Italia e chiariscono perché Conad si sia affidata a questa azienda come anello di congiunzione tra i prodotti e i clienti. Il network Geodis, come già detto, può contare sull'importante presenza di 18 centri logistici, dei quali quello di Castel S. Giovanni, a pochi chilometri da Piacenza, è il più capace, con una superficie di oltre 240 mila metri quadri. La logica dell'efficienza ha imposto che la realizzazione di questi centri avvenisse accanto ai principali assi stradali nazionali.

raggiungere tutte le sue numerose piattaforme sparse sul territorio nazionale, da Savona a Partinico, passando da Corigliano Calabro. L'attività nel centro di Castel S. Giovanni è accompagnata dall'impiego, ormai necessario, della radiofrequenza che ha permesso un'ottimizzazione nella gestione del magazzino e del cross-docking, grazie ad aree appositamente riservate. In alcune piattaforme dedicate permette, inoltre, il "reverse logistic" (Busnago) dove è necessario munirsi di autorizzazioni particolari e rispettare elevate norme di sicurezza. Geodis, oltre a Conad, annovera in Italia altri numerosi e conosciutissimi clienti, tra i quali Moncler, Bosh, Varta, Giochi Preziosi, oltre a Intesa San Paolo che ha trovato a Castel S. Giovanni capacità di stoccaggio e, soprattutto, sicurezza. Tornando alla Conad, è quasi come parlare del vecchio negozio sotto casa. Anche se le logiche sono mutate profondamente, il Dna di Conad e il "cuore" del

suo business rimangono sempre quello di offrire qualità ai propri clienti e di venire loro incontro in tutte le maniere possibili. Questo grande rispetto verso il cliente è stato sicuramente ripagato, se si considera che Conad, con il 10,6 % del mercato italiano, ne detiene saldamente il secondo posto, dopo Coop Italia. Seguono Esselunga, Carrefour, Auchan. Ma non in tutte le regioni la situazione è simile: infatti, è interessante osservare che Conad è pressoché leader in Abruzzo, Molise, Lazio, Calabria, Umbria, Sardegna e Campania, mentre è seconda in Emilia Romagna. La situazione del mercato della Gdo, in particolare quella del prodotto fresco, ha subito agli inizi del 2012 una leggera contrazione, come d'altronde era nelle previsioni, ma al contrario dei suoi competitor Conad ha registrato un leggero aumento

dei fatturati, almeno confrontando il dato di gennaio 2011 con quello del gennaio 2012. I motivi del successo sono da ricercarsi nella vasta gamma di prodotti che spaziano da quelli "bio" ai 72 prodotti a marchio esclusivo, sino agli oltre 1.607 a marchio Conad Rosso. Questa enorme offerta al pubblico ha consentito alla società di chiudere il 2011 con un fatturato di 1.787 milioni di euro. Un grande contributo al successo dell'azienda Conad è dovuto alla capillare distribuzio-



Il parco logistico di Castel S. Giovanni, che nasce nel 2004, soddisfa i migliori requisiti per ottemperare a criteri avanzati anche di multimodalità. Esiste, infatti, un raccordo ferroviario interno, mentre i sistemi di sicurezza (impianti antincendio sprinkler, vigilanza continua, 24 ore su 24, con uso di telecamere) consentono di ospitare all'interno tipologie merceologiche anche di grande valore. A Castel S. Giovanni Conad ha collocato il suo principale snodo logistico dal quale può

Voice picking e Wms per la ristorazione

Caterline ha applicato nel magazzino di Arsago Seprio, Varese, un nuovo Erp e un Wms integrati con tecnologia Voice in primo luogo per accrescere la produttività delle attività di prelievo.

di **Sara Perotti**

Caterline S.p.A. è un'azienda specializzata nella fornitura di prodotti alimentari e non alimentari ad operatori professionali della ristorazione collettiva e commerciale. La fondazione della società è datata 1981, ma le sue origini risalgono agli anni '40 ad opera della famiglia De Bernardi, che avvia un'attività di commercio di prodotti alimentari per soddisfare il mercato locale. Inizialmente specializzata nella ristorazione collettiva in tutto il nord Italia (per strutture quali ospedali, scuole, mense aziendali), in risposta all'evoluzione del mercato e della crescente concorrenza, a partire dal 1997, Caterline inizia a operare anche nel campo della ristorazione commerciale (canale Ho.Re.Ca: hotel, ristoranti, self service, pizzerie e bar). A tale scopo si avvale della collaborazione di tre

aziende della zona - rispettivamente specializzate nella fornitura di prodotti caseari, carni fresche e surgelati - con le quali decide di fondare il Gruppo 21 S.r.l.; l'obiettivo è quello di estendere il proprio business presentandosi agli operatori del canale Ho.Re.Ca. come un unico soggetto in grado di offrire una gamma di prodotti ampia e completa nei diversi settori merceologici.

Nel 2001, Caterline acquisisce Gruppo 21 liquidando le quote degli altri soci, pur mantenendoli come fornitori privilegiati per quelle categorie di prodotti in cui sono specializzati. In quegli anni l'azienda avvia inoltre una completa revisione dei propri processi, volta in particolare a un miglioramento del livello di servizio offerto ai clienti della ristorazione commerciale: aumenta progressivamente il nu-

mero di referenze gestite così come la frequenza di consegna che, da mensile o bimestrale, nella maggior parte dei casi passa a settimanale o bi-settimanale, con evasione degli ordini in AxC (fatta eccezione per le zone di Milano e Torino che sono tuttora caratterizzate da consegne anche tre volte a settimana). Nel corso degli anni tutti gli automezzi di proprietà vengono gradualmente sostituiti con autocarri su cui vengono installati cassoni refrigerati a doppia temperatura controllata, in modo tale da poter trasportare contestualmente sia merce deperibile sia surgelata, oltre che prodotti a lunga conservazione.

Oggi Caterline è una realtà ormai consolidata: conta circa 120 collaboratori - tra lavoratori dipendenti e agenti - e dispone di una flotta di circa 30 automezzi di proprietà con cassoni refrige-



Veduta esterna del magazzino di Arsago Seprio (VA)

rati a doppia temperatura. Nell'anno 2011, ha fatturato circa 47 milioni di euro, di cui circa il 50% è riconducibile al business della ristorazione commerciale. Il mercato servito è principalmente quello italiano (tipicamente le regioni del nord ovest, quali Valle d'Aosta, Piemonte, Liguria, Lombardia ed Emilia Romagna, ma anche, per alcuni clienti, Veneto, Friuli e Toscana). Il catalogo di referenze gestite è ampio e variegato: sono commercializzati complessivamente circa 3.500 articoli fra prodotti alimentari a lunga conservazione, freschi, congelati, prodotti monouso e di pulizia. Attualmente, l'attività di Caterline è realizzata all'interno di quattro magazzini:

- **Arsago Seprio (VA):** si tratta del magazzino principale, che gestisce tutte le spedizioni ai clienti;
- **Casorate Sempione (VA):** sede storica dell'azienda, attualmente destinata al solo stoccaggio intensivo dei prodotti caratterizzati da elevata stagionalità di acquisto (come ad esempio i pomodori pelati) ed elevate giacenze per singolo codice;
- **Vanzaghello (MI):** con una potenzialità ricettiva di circa 2.400 posti pallet ed 8 operatori dedicati, è il magazzino di stoccaggio intensivo per i prodotti congelati e surgelati. In questa sede vengono preparati tutti gli ordini di prodotti surgelati poi inviati alla sede centrale di Arsago per il successivo consolidamento e spedizione insieme con la restante parte degli ordini cliente;
- **Aosta:** magazzino di appoggio per le consegne nella regione.

Caterline è inoltre socia di due aziende del suo stesso settore (una che opera nella zona a nord est di Milano e una in Toscana).

Per migliorare le proprie performance logistiche, all'interno del magazzino

di Arsago Seprio, è stata recentemente conclusa l'installazione della tecnologia di voice picking a supporto delle attività di prelievo, contestualmente all'implementazione di un nuovo ERP (Enterprise Resource Planning) ed un WMS (Warehouse Management System) con cui la tecnologia di voice picking è integrata. L'implementazione è stata realizzata con il supporto di Replica Sistemi (si veda box fornitore).

Il magazzino di Arsago Seprio

Come anticipato, Arsago Seprio è sede del magazzino principale di Caterline. Esso si sviluppa su un'altezza sottotrave di 7,60 m e si estende su una superficie coperta di 10.000 m², di cui circa 200 m² adibiti a celle refrigerate (temperatura pari a -20°C) e 600 m² mantenuti tra i 0°C e i +4°C per lo stoccaggio e la preparazione dei prodotti deperibili. Sono operativi circa 20-25 addetti per le operazioni di stoccaggio e prelievo all'interno dell'area a temperatura ambiente, ed altrettanti 8-9 all'interno della zona a temperatura controllata. Complessivamente il deposito è caratterizzato da una potenzialità ricettiva di circa 7.800 posti pallet (tra picking, scorte, riserve e cataste). L'operatività è garantita per otto ore al giorno su un unico turno di lavoro.

Per quanto concerne i tempi di permanenza a magazzino, indicativamente i prodotti a lunga conservazione hanno una rotazione mensile delle scorte; nel caso dei prodotti freschi (temperatura compresa fra 0°C e +4°C), quali salumi e formaggi stagionati, le scorte si rinnovano ogni 2/3 settimane; infine, per i prodotti con scadenza più breve, come carni suine e formaggi freschi, la permanenza a magazzino è più breve (circa 2/3 giorni).



Particolari delle aree di stoccaggio del magazzino di Arsago Seprio (VA)

IL FORNITORE REPLICA SISTEMI

Replica Sistemi S.p.A. è una società che impiega 143 persone con un fatturato annuo di 18 milioni di euro. L'azienda è specializzata nella progettazione e nell'implementazione di applicazioni software per la gestione logistica e la programmazione e il controllo dei costi di trasporto, integrati con le più evolute tecnologie Voice, RFID e geolocalizzazione satellitare. Fondata nel 1980 per rispondere alle carenze organizzative nella gestione dei flussi di materiali e delle relative informazioni all'interno dei magazzini e per risolvere le problematiche di pianificazione dei trasporti, oggi è in grado di offrire soluzioni complete e integrate per la gestione della Supply Chain. Replica Sistemi propone una suite completa di applicazioni software, che comprendono Warehouse Management, Transportation Management, Proof of Delivery, Custom & Fiscal Management - Bonded Warehouse, ERP. Ad oggi oltre 1.000 aziende e più di 40.000 utenti in Italia e all'estero hanno implementato le soluzioni di Replica Sistemi per la gestione dei processi logistici.



Particolari delle aree di stoccaggio del magazzino di Arsago Seprio (VA)

La nuova tecnologia

Prima della soluzione attualmente in uso, Caterline disponeva di un software gestionale che risultava ormai obsoleto e inadeguato a sostenere anche la gestione del magazzino. In particolare, l'azienda necessitava di un nuovo strumento in grado di garantire la tracciabilità dei lotti e il controllo delle scadenze, con particolare riferimento ai prodotti alimentari. Inoltre, vi era la necessità di gestire alcuni vincoli e rispondere a esigenze specifiche dei clienti, quali l'obbligatorietà per le mense della ristorazione collettiva di avere a loro volta una tracciabilità efficace dei prodotti utilizzati nelle cucine. Parallelamente, l'esigenza di migliorare nel suo complesso il servizio alla clientela, relativamente ai tempi di consegna e alla precisione nell'evadere le commissioni, ha indotto Cater-

line a valutare, accanto al nuovo gestionale, anche un software WMS a supporto della gestione del magazzino.

Fra le principali motivazioni alla base del nuovo WMS:

- aumentare la produttività e l'accuratezza del prelievo, riducendone i tempi di evasione ed evitando eventuali correzioni manuali delle quantità negli ordini;
- rendere più efficiente il lavoro in fase di stoccaggio e di picking minimizzando le percorrenze;
- garantire la tracciabilità dei lotti e le date di scadenza dei prodotti;
- unificare e standardizzare i formati e i sistemi informativi in uso nei diversi siti Caterline.

Alla luce delle esigenze rilevate, accanto al nuovo ERP l'azienda decide quindi di implementare il WMS, integrato con la tecnologia voice a supporto del prelievo dei prodotti alimentari non deperibili e non alimentari. A supporto delle operazioni di picking dei prodotti freschi viene invece implementata una soluzione basata su lettura in radio-frequenza e terminali RF, ritenuti più idonei alla gestione dei prodotti a peso variabile.

L'intero progetto prende avvio nel 2010 e si svolge in tre fasi successive: in una prima fase viene completata l'implementazione del WMS (StockSystemEvolution) e del modulo integrato per la gestione della tecnologia voice (StockVoice) per la sola gestione dei prodotti non deperibili; in una seconda fase l'implementazione del WMS è estesa anche ai prodotti freschi, a peso variabile e a peso fisso; infine, in una terza ed ultima fase di lavoro si completa il passaggio dal precedente ge-

stionale al nuovo ERP con conseguente attivazione della nuova interfaccia. Le fasi 1 e 2 si realizzano per step successivi che vedono una dettagliata mappatura del magazzino, l'identificazione dei dispositivi da utilizzare, la procedura di integrazione con sistema informativo centrale, l'avvio delle procedure di ricevimento e stoccaggio, una fase di test ed il successivo start up. Con la fase 3, conclusasi con successo all'inizio di gennaio 2011, è stato ultimato il delicato cambiamento al nuovo gestionale. Attualmente, l'interfaccia tra quest'ultimo e il WMS prevede che, sul fronte ricevimento merci, l'ERP invia gli ordini di acquisto al WMS; al momento dell'arrivo del carico, l'operatore di magazzino trasmette le informazioni relative alla merce effettivamente ricevuta (con le relative quantità, il confezionamento dei prodotti, i lotti e le scadenze) mediante l'uso di terminali in radio-frequenza. Il tutto passa quindi al WMS, il quale trasferisce all'ERP i dati dichiarati dall'operatore sul campo; l'ERP registra infine il carico di magazzino in contabilità.

Dal lato spedizioni, invece, il processo prevede che nel nuovo gestionale vengano inizialmente inseriti gli ordini di vendita; un singolo ordine può contenere contestualmente anche diverse famiglie merceologiche. Il gestionale crea "sotto-ordini" per settore merceologico (fresco, non deperibile e surgelato) e li invia al WMS. L'operatore di magazzino preleva la merce seguendo le istruzioni voice (nel caso dei prodotti non deperibili) oppure dei terminali RF (per il fresco). Per quanto riguarda i prodotti surgelati, invece, al momento la gestione non è

supportata da WMS e le attività vengono realizzate con supporto cartaceo. Una volta che tutta la merce di un determinato "sotto-ordine" risulta prelevata, il WMS comunica al gestionale le quantità, i pesi e i lotti effettivamente prelevati. Non appena tutti i "sotto-ordini" di uno stesso ordine di partenza risultano chiusi (ovvero completamente evasi), il gestionale ne predispone le bolle di consegna. Occorre infine sottolineare che il software di magazzino gestisce anche la pianificazione dei giri di consegna in

base al portafoglio ordini: analizzando pesi e volumi, e in base allo storico presente all'interno del database, sono creati dei "gruppi" di viaggio assegnando a ogni ordine di vendita un numero giro e una sequenza di carico, che viene poi passata anche all'ERP per evadere le bolle in ordine di giro e consegna.

A oggi Caterline effettua giornalmente circa 5.000 prelievi mediante voice picking e circa 2.000 prelievi con terminali in radio-frequenza; sono movimentati mediamente 10.000 colli/giorno e spediti circa 73.000 kg/giorno di prodotti alimentari e non. A questi dati occorre aggiungere i volumi relativi ai prodotti surgelati, attualmente non ancora gestiti con il software Replica: si tratta di circa altri 2.000 colli movimentati/giorno e circa altri 13.000 kg di merce spedita/giorno.

I benefici riscontrati

Si è presentato il caso di Caterline, azienda specializzata nella fornitura di prodotti alimentari non alimentari ad operatori professionali della ristorazione collettiva e commerciale. In risposta all'esigenza di ottimizzare i processi e incrementare l'efficienza delle operations, con particolare riferimento alle attività di prelievo, nel proprio magazzino di Arsago Seprio l'azienda ha sviluppato un nuovo ERP, un WMS e, contestualmente, la tecnologia voice picking a

supporto delle attività di prelievo, integrata all'ERP. Lo sviluppo è stata contestuale al normale svolgimento delle operations e non ha causato discontinuità né fermi attività. Grazie al nuovo sistema (StockSystemEvolution) Caterline ha riscontrato una serie di benefici che si sono mostrati in linea con i desiderata. In particolare: (i) una riduzione dei tempi di ricerca dei materiali da parte degli operatori, grazie alla dotazione del terminale in radio frequenza; (ii) una riduzione dei tempi necessari ai controlli della merce in uscita, grazie al maggior presidio sul processo; (iii) una migliore tracciabilità della merce (lotti e scadenze in entrata, in uscita e in giacenza), con la possibilità di un riscontro immediato in caso di contestazioni inerenti la preparazione di magazzino da parte del cliente o del trasportatore; (iv) una significativa diminuzione degli errori legati alle operazioni di prelievo; (v) un'ottimizzazione e standardizzazione delle procedure e, più in generale, del metodo di lavoro.

Infine, grazie alla tecnologia voice a supporto dell'allestimento ordini per gli articoli non deperibili e non alimentari, è stato possibile ottenere, in primis, miglioramenti in termini di efficienza (l'operatore ha le "mani libere" e ciò consente una maggiore rapidità e agilità) e precisione in fase di preparazione; secondariamente, una riduzione dei tempi di training degli operatori neo-assunti (circa mezz'ora di addestramento vocale e qualche minuto per apprendere i comandi); infine, la possibilità di intervenire in modo rapido in caso di anomalie e/o differenze inventariali grazie alle segnalazioni vocali degli operatori. ■



Tecnologia voice e RF a supporto delle attività di prelievo

I grandi cambiamenti della supply chain

L'evoluzione del settore ha imposto trasformazioni lungo tutta la filiera logistica, dalla produzione dei componenti fino alla distribuzione e vendita al cliente finale del prodotto finito.

di **Paolo Sartor**

La logistica dell'abbigliamento nel corso degli ultimi anni ha subito profonde trasformazioni per effetto della dilatazione spaziale tra i luoghi di produzione e di distribuzione del prodotto finito alle quali si accompagnano un aumento delle collezioni e quindi della scelta, stimolando gli acquisti, producendo e distribuendo più velocemente gli articoli, applicando la strategia del quick response, pur in presenza di una produzione worldwide.

Le condizioni operative che interessano le imprese della distribuzione nel fashion sono ampiamente mutate nel corso degli anni e le imprese di questo settore tendono sempre più a ricercare all'esterno - appoggiandosi ad operatori logistici - processi gestionali all'avanguardia. Le imprese commerciali ricercano maggiore efficienza, che si traduce in guadagno, attraverso una migliore organizzazione interna che spesso sfocia

nella logistica. Nella distribuzione è sempre più strategica la parte relativa alla logistica. In questo contesto gli operatori logistici specializzati nella moda offrono un ampio ventaglio di servizi dalla gestione dei campionari, buoni o fallati, appeso e steso; gestione prodotti complementari all'abbigliamento, gestione riga ordine; gestione magazzino box tecnico - box cliente; gestione conto deposito; gestione riassortimenti e le vendite sul prodotto pronto e dell'e-commerce. A questi fattori si sono aggiunti anche una forte attenzione alla qualità del servizio, l'introduzione di nuove formule di vendita per un settore che si caratterizza da sempre per l'elevata incidenza dei costi logistici, stimabile, fonte AT Kearney, attorno al 23%. Vediamo, ad esempio, come hanno risposto due aziende di questo settore a tali cambiamenti e all'ampliamento del mercato e della concorrenza nel contesto internazionale.

La logistica in outsourcing dello sportwear

Fercam da alcuni anni gestisce la logistica di Conte of Florence. L'attività consiste nella ricezione, stoccaggio e confezionamento dei capi d'abbigliamento che vengono poi spediti a tutti i punti vendita di proprietà e di terzi in tutta Europa. Nel 2009, Conte of Florence ha intrapreso un processo di ristrutturazione organizzativa, con la finalità di assicurare la sostenibilità dei propri piani di crescita sul medio/lungo termine. Da qui nasce la scelta di ridisegnare il network logistico dell'azienda e relativi processi distributivi. "Nella prima fase di questo percorso di rinnovamento - spiega Marco Cecchi Logistics Manager di Conte of Florence - ci siamo concentrati sul superamento delle criticità strutturali che caratterizzavano i nostri magazzini, in termini di potenzialità ricettiva e flessibilità operativa". E' importante puntua-



lizzare il fatto che dopo oltre cinquant'anni di gestione in-house dei magazzini di prodotto finito e materie prime, Conte of Florence per la prima volta si è rivolta al mercato degli operatori logistici in cerca di un partner affidabile, con cui affrontare questa fondamentale fase di cambiamento. Dopo una prima ricerca di mercato, focalizzata geograficamente sull'area fiorentina, l'azienda ha invitato importanti operatori logistici a un tender per il progetto di terziarizzazione logistica. La gara ha portato a selezionare questo operatore come partner nel processo di outsourcing logistico. "Rispetto ad altri competitor - puntualizza Cecchi - fin dal principio l'approccio del team di lavoro Fercam ha reso possibile una proficua collaborazione tra le parti, concretizzatasi con un'approfondita analisi delle nostre esigenze e delle specifiche di progetto, dal layout di magazzino alle prime bozze di procedure operative. Grazie a questi sforzi si è riusciti ad instaurare una partnership basata su solide fondamenta, trasmettendo inoltre alla proprietà un senso di affidabilità che ha agevolato un cambiamento 'epocale' come quello che stavamo affrontando". Quanto fatto fino a oggi nella partnership tra Fercam e Conte of Florence rappresenta soltanto il primo passo del piano di sviluppo delineato nella fase di start-up del progetto di outsourcing logistico. "Abbiamo speso un anno per posare la prima pietra - precisa Cecchi - da adesso in poi lavoreremo per costruire, ampliando il focus dalle performance del magazzino a quelle dell'intera supply chain. Le sfide per il futuro sono molte e tutte stimolanti: dall'integrazione a monte della filiera al supporto dei processi di e-commerce e di reverse logistics."

La logistica della grande firma on line

"L'idea e l'esperienza di Yoox è quella di riuscire a gestire due milioni di capi di abbigliamento come fossero due milio-

ni di referenze a magazzino" spiega Stefano Annicchiarico, Distribution Logistics Manager dell'azienda. La strategia dal 2000 (anno di costituzione) rimane quella di un'espansione verticale (aumento fatturato) e di una orizzontale (aumento di clienti) e con un trend di crescita delle vendite del 40% all'anno. "Il concetto di logistica e distribuzione è molto diverso rispetto alle altre aziende - stigmatizza Annicchiarico - anche quello di customer care e quello di marketing, che viene fatto esclusivamente sul web e prolifera molto con il passaparola e la fidelizzazione del cliente". Yoox fa investimenti importanti in imballaggi che abbina alle vendite e necessita di partner logistici in grado di fornire un servizio omogeneo, con un ventaglio di servizi molto ampio in tutti i 66 paesi in cui l'azienda vende i prodotti. L'azienda ha posizionato il magazzino principale all'Interporto di Bologna un magazzino di due moduli, uno da tre e uno da quattro piani per un totale di 1,7 milioni di capi (dei quali il 30% sono scarpe). Inoltre, utilizza altri due magazzini posizionati vicino a New York e Tokyo. Sono stati realizzati sia per rispondere allo sviluppo di vendite in quei mercati, sia per non far tornare la merce a Bologna (per ovvi motivi fiscali). Infatti uno dei temi non secondari per quest'azienda è la reverse logistic: "per noi rappresenta una fetta di business equivalente alla logistica normale", spiega Annicchiarico. "Ogni giorno dobbiamo far arrivare la merce a 100 mila destinatari diversi, in luoghi diversi; non negozi, ma clienti che si aspettano tutto quello che hanno comprato con un livello di servizio elevato. Il nostro know how tech deve essere molto alto - conclude Stefano Annicchiarico - se i siti non piacciono, non si vende, quindi è fondamentale l'aspetto di web marketing."

Il punto di vista di un operatore

Nella logistica della moda quali sono i

fattori di importanza cruciale ai quali deve rispondere l'operatore logistico? Lo abbiamo chiesto a Manuel Scaramazza, responsabile Logistics Consultant della Divisione Distribuzione Italia&Logistica di Fercam: "Direi flessibilità nel gestire picchi di arrivo, di partenza e richieste di lavorazioni particolari all'ultimo minuto; progettualità (ogni magazzino/cliente ha caratteristiche uniche) e capacità di personalizzazione; elasticità nella gestione delle oscillazioni stagionali dei volumi di prodotto trattati; capacità di pianificazione dei processi logistici e attenzione maniacale ai dettagli, alla qualità e tutela del prodotto". ■

QUALI SERVIZI FORNIRE

Nella logistica della moda, la specializzazione e la conoscenza del prodotto, così come la disponibilità di un'affidabile e forte integrazione informatica, rappresentano il pre-requisito per sviluppare una partnership tra impresa logistica e produttori. Partnership che deve prevedere, caso per caso, anche l'erogazione di molte attività a valore aggiunto:

- importazione e gestione delle materie prime;
- gestione dei campionari e degli outlet;
- attività a valore aggiunto, stiro, riparazioni, collaudo, controllo qualità dei capi;
- gestione specifica dei resi invenduti di fine stagione;
- gestione doganale (magazzino doganale e fiscale);
- trasporto di capi ad alto valore;
- integrazione con conto-lavoristi esterni;
- trasporto via aerea e via mare, per prodotti stesi o appesi.

Assologistica, l'Associazione nazionale che tutela e promuove gli interessi della logistica



ASSOLOGISTICA è l'Associazione nazionale delle imprese logistiche, dai magazzini generali e frigoriferi, dai terminali operatori portuali, interportuali e aeroportuali.

Scopo principale dell'Associazione è di promuovere e tutelare sia in Italia, sia all'estero l'efficienza e la qualità delle imprese aderenti, nonché l'immagine del sistema logistico nazionale nel suo complesso. La peculiarità di Assologistica è infatti costituita dall'incontro tra i gestori delle infrastrutture per la logistica e gli operatori terzi che le utilizzano.

Il complesso momento che il settore della logistica sta attraversando, induce a esaminare con estrema attenzione tutti gli scenari possibili e a monitorare con continuità l'evolversi della situazione sia a livello nazionale, sia a livello internazionale.

In tale ottica si è ormai affermato l'esigenza imprescindibile di formazioni associative compatte e omogenee, al fine di non vanificare gli sforzi compiuti dalle imprese del settore. Una forte rappresentanza di categoria evita, da un lato, l'insorgere di atteggiamenti contraddittori e, dall'altro, la possibilità di interventi concreti, positivi e costruttivi nei confronti delle Istituzioni, del Governo, della Pubblica Amministrazione, delle Parti Sociali e di tutto il mondo imprenditoriale.

Assologistica ha costituito un centro culturale, Assologistica Cultura e Formazione, il quale organizza corsi di formazione per personale del settore della logistica e della Supply Chain, Workshop, convegni ed eventi a tema.

Per tutti questi motivi è importante, per chi opera nel mondo della logistica, valutare l'opportunità di aderire ad ASSOLOGISTICA.

Per informazioni e ulteriori chiarimenti sulla nostra attività contattare:

ASSOLOGISTICA Via Cornalia 19 - 20124 Milano

Tel. 02 669 1567 oppure 02 669 0319 - Fax 02 667 142 45

www.assologistica.it

milano@assologistica.it

oppure roma@assologistica.it



Assologistica

Ceva: servizi integrati per clienti globali

In Italia, grazie a nove impianti, per una superficie dedicata di oltre 100 mila metri quadrati, e alle tecnologie informatiche, l'azienda logistica occupa un posto di rilievo in questo settore.

di **Stefano Pioli**

Nel contesto economico attuale, un comparto che è riuscito a limitare i danni della crisi e ripartire è il settore del fashion: i grandi gruppi italiani della moda e del lusso vantano infatti risultati di tutto rispetto in confronto ai player stranieri. Basti pensare che tra il 2007 e il 2011 la griffe Prada ha registrato un incremento medio annuo dei ricavi del 16% e un miglioramento dei margini del 7%; Ferragamo del 9 e del 5%, mentre Tod's del 7% per il fatturato e del 3% sulla redditività. L'imperativo valido sia per le grandi case di moda sia per i piccoli imprenditori tessili è il medesimo: puntare sulla qualità e l'esclusività del "made in Italy" e rivolgersi a un target internazionale. E per penetrare i mercati esteri occorre potersi affidare a un operatore logistico affidabile, che non sia solo un fornitore ma un vero e proprio partner strategico, esperto e presente su scala internazionale.

Ceva è uno degli attori di riferimento nella logistica del fashion in Italia: nel nostro paese l'opera-

tore mette a disposizione dei clienti che operano in questo settore nove impianti per una superficie dedicata di oltre 100 mila metri quadrati dove ogni anno vengono movimentati circa 50 milioni di capi e calzature. Occupa una posizione di rilievo nel comparto abbigliamento, calzature e accessori, caratterizzato da soluzioni all'avanguardia e ad alto valore aggiunto, come le Smart solutions e l'orientamento "lean", che mira all'ottimizzazione dei processi in un'ottica sistematica di eliminazione degli sprechi. Offre, inoltre, una gamma di servizi a supporto delle case di moda che si rivolgono all'estero, che hanno un orientamento di business internazionale. Si tratta di

servizi non solo legati al trasporto e alla movimentazione dei capi, stesi e appesi, via aerea e via mare, ma anche di gestione delle materie prime, reverse logistics da e verso la casa madre e gestione doganale. Un importante valore aggiunto di Ceva consiste nell'unire una presenza capillare a livello globale con una conoscenza dettagliata degli aspetti delle singole nazioni: l'obiettivo è progettare soluzioni personalizzate e integrate che soddisfino pienamente le richieste di ogni cliente, adottando un approccio basato sull'"eccellenza operativa" in un'ottica "lean", ovvero volta alla simultanea massimizzazione dell'efficienza e alla riduzione dei costi.





Grazie alla lunga esperienza e alle competenze sviluppate nel settore, Ceva è in grado di fornire un'ampia gamma di soluzioni logistiche: dal trasporto dei capi, alla gestione dei campionari, degli outlet e dei resi inventuti di fine stagione. Senza considerare una serie di servizi a elevato valore aggiunto, come lo stiro, le riparazioni, il collaudo e il controllo qualità dei capi. "L'eccellenza delle nostre soluzioni logistiche è riconosciuta da molte aziende del settore che hanno scelto di affidarsi a noi", sottolinea Gianni Piroddi, Sales Director delle Divisioni Fashion e Technology di Ceva Logistics Italia.

Tecnologia e innovazione sono due elementi chiave sia per affrontare le stagionalità tipiche di questo settore, minimizzando il ricorso a manodopera occasionale, difficile da reperire e limitata a livello di esperienza e professionalità, sia per rispondere ai clienti in termini di efficienza di processo, tracciabilità e visibilità delle operazioni. Ceva sta sperimentando sistemi

RFID, che permetteranno all'operatore di fare un importante salto di qualità nella gestione nel mondo della logistica del fashion: questa nuova tecnologia consentirà di integrare tutta la supply chain dei clienti, assicurando loro un'elevata flessibilità operativa, grande rapidità nello svolgimento delle

La logistica del settore deve puntare su innovazione e tecnologia

attività, consegne puntuali e costante tracciabilità della merce. Sotto questo aspetto è innovativo, dal punto di vista tecnologico, il magazzino di Limerina, dedicato alla gestione di prodotti stesi e appesi: in questo hub è stata adottata una soluzione semi-automatizzata per lo stoccaggio dei capi appesi che si sviluppa su tre piani di altezza. Inoltre, l'impianto è dotato di radiofrequenza e l'identificazione della merce è realizzata mediante l'impiego di codici a barre e palmare.

"L'affidabilità di un sistema informativo specializzato e un livello di 'customizzazione' nella gestione del fashion

ci permette di gestire tutte le specificità del settore, dal capo appeso al capo steso, alle calzature, all'intimo e tutti i resi che devono poi essere gestiti per la successiva vendita", aggiunge Piroddi. "Infine grazie alla Control Tower possiamo controllare le operazioni logistiche lungo tutta la supply chain dei nostri clienti, assicurando il monitoraggio continuo della merce, la possibilità di intervenire sulle criticità con tempi di reazione molto ridotti e un sistema di reportistica avanzato dei processi in tempo reale." Questa piattaforma altamente tecnologica, inaugurata nel 2010 in Italia (ad Assago, Milano), recentemente sviluppata con caratteristiche analoghe anche in Spagna e in Turchia, rende Ceva un partner ancora più affidabile e completo a livello globale. Tecnologia, innovazione, qualità e affidabilità del servizio, presenza globale, soluzioni integrate, expertise consolidata, eccellenza operativa: questi gli asset logistici indispensabili per mettere piccoli imprenditori e grandi case di moda nelle condizioni di affrontare le sfide del futuro. ■



La vostra supply chain non
ha mai avuto tanto valore.

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

GEFCO
LOGISTICS FOR MANUFACTURERS

La scelta migliore



Combinazione vincente

Con 6 filiali, oltre 50 Concessionari esclusivi e più di 700 officine mobili per l'assistenza OM STILL dispone della rete più capillare d'Italia.

Una gamma di prodotti e di soluzioni in grado di rispondere sia alle esigenze del magazzino delle piccole e medie aziende che alle necessità delle grandi realtà intralogistiche.

Più scelta, più servizio e più assistenza: da oggi potete guardare alla nostra organizzazione con occhi diversi.

first in intralogistics



STILL