



AIR CARGO ITALY

Tutto su trasporto aereo merci

7 Febbraio 2018 - Digitalizzazione e consolidamento di mercato mettono i medio-piccoli operatori italiani della logistica e dei trasporti di fronte a scelte coraggiose per sopravvivere. Il tema è stato al centro della sessione di apertura dell'evento Shipping, Forwarding & Logistics meet Industry tenutosi a Milano e in occasione del quale Betty Schiavoni, presidente di Alsea (Associazione lombarda spedizionieri e autotrasportatori), ha chiesto rivolgendosi ai rappresentanti del mondo produttivo: "Quello fra industria e logistica è solo un rapporto fra cliente e fornitore o può essere un'alleanza win-win? Il rapporto dev'essere basato solo su aspetti economici o è possibile valorizzare le risorse umane e le tecnologie necessarie? Oggi si pensa solo a roscchiare sulle tariffe non pensando alle conseguenze di questa situazione. Le nostre aziende hanno bisogno di risorse qualificate. Chi pensa solo a stritolare i propri fornitori è destinato a non crescere".

Schiavoni individua tra i fattori penalizzanti per l'industria della logistica italiana la burocrazia, la carenza di infrastrutture, le riforme incomplete (in primis la mancata attivazione ad oggi dello Sportello unico doganale dei controlli) e la lentezza delle decisioni. La numero uno di Alsea ritiene che "con l'e-commerce passa il messaggio che trasporti e logistica non costino nulla" e per questo rivolge un appello ai caricatori "affinché la corsa verso il miglior prezzo non vada a discapito della qualità del servizio". In conclusione ha aggiunto: "È necessaria un'alleanza fra logistica e industria, siamo partner, non avversari. L'obiettivo comune è quello di portare i prodotti italiani all'estero alle migliori condizioni economiche possibili".

Pur rilevando che in Italia, anche grazie al ruolo di Confindustria, sta lentamente migliorando la tendenza degli esportatori ad affidare le attività di trasporto e spedizione alle controparti estere (con condizioni di vendita ex-work, CIF o FOB), Betty Schiavoni ha detto che "su questo aspetto molto rimane ancora da fare" e ha invitato le controparti a ragionare da partner e non da antagonisti. "Non regaliamo soldi agli altri all'estero. Riportiamoci una fonte di guadagno in casa" ha concluso.

Sul tema è intervenuto anche Riccardo Fuochi, presidente del Propeller Club – Port of Milan, che ha detto: "Industria e logistica hanno necessità di fare un'alleanza a 360 gradi, l'uno non può più fare a meno dell'altro. Bisogna far fronte al gigantismo dei marketplace e alle nuove tecnologie che stanno rivoluzionando il comparto della logistica. Prima bastava un magazzino, un camion e qualche persona esperta per proporre servizi logistici, oggi non è più così". L'esperto imprenditore della logistica e delle spedizioni ha rilevato come gli smartphone e i tablet abbiano rivoluzionato il modo di fare acquisti e conseguentemente tutto il processo di trasporto e distribuzione dei prodotti. "Le aziende della logistica e dei trasporti devono adattarsi a questi nuovi processi" ha rilevato ancora Fuochi, aggiungendo che "il modello 'usa e getta' di un provider logistico non funziona più. Bisogna mettere le imprese nella condizione di poter investire per attrezzarsi e offrire servizi di trasporto strutturati e moderni".

Secondo il direttore della logistica del Gruppo Pirelli, Flavio Colombini, "chi non saprà rispondere a queste nuove esigenze, rischia di finire fuori mercato".

Nicola Capuzzo