

L'industria incontra la logistica

A Milano, nei primi giorni di febbraio, il forum che metterà a confronto protagonisti dei due settori. "Solo facendo squadra si può incidere", sottolinea Riccardo Fuochi, presidente del Propeller's Club Milano.

a cura di **Anna Mori**

L 1 e il 2 febbraio, nella sede di Assolombarda a Milano, torna Shipping, Forwarding&Logistics Meet Industry, forum annuale tra i protagonisti dell'industria italiana e quelli dello shipping, della logistica, delle spedizioni. A Riccardo Fuochi, presidente del Propeller's Club Port of Milan, tra gli organizzatori dell'evento, abbiamo chiesto di illustrarci che cosa aspettarci da questa seconda edizione della manifestazione meneghina.

QUALI LE PRINCIPALI NOVITÀ DELL'EDIZIONE 2018 DELL'INIZIATIVA?

La principale non è in realtà una novità ma un'accentuazione, quella sull'al-

mai un'alleanza tra logistica e aziende (industriali e commerciali) per far fronte al fenomeno della concentrazione determinata dal gigantismo dei market place che si sovrappongono a tutti i settori. Parlando in termini teatrali, possiamo dire che al centro della scena di Shipping, Forwarding&Logistics Meet Industry ci sono le aziende industriali, commerciali e della distribuzione che illustrano le proprie esigenze logistiche. La platea e le quinte laterali sono occupate da spedizionieri, società di servizi logistici integrati e verticali, imprese di trasporto, rappresentanti di infrastrutture come interporti, tronchi autostradali e ferroviari, trafori, autorità di sistema portuali, armatori e società di servizi marittimi e portuali, fornitori



RICCARDO FUOCHI

"L'innovazione deve anche divenire sempre più protagonista nel settore dei servizi e della logistica", sottolinea Fuochi



leanza necessaria tra industria, commercio e logistica in tutte le sue articolazioni per costruire un sistema in grado di rendere più competitivo il nostro paese; il tutto con lo scopo di cogliere in modo durevole i frutti della ripresa economica. E' fondamentale oggi più che

di tecnologie e servizi. Tutte pronte per rispondere alle sollecitazioni con le proprie competenze, esperienze e soluzioni. Shipping, Forwarding&Logistics Meet Industry in questo è differente da quasi tutte le altre manifestazioni che si occupano di logistica e trasporti.

QUALI I TEMI AL CENTRO DEI VARI MEETING CHE SI SUCCEDERANNO NEL CORSO DELLA SECONDA EDIZIONE DELL'EVENTO?

Abbiamo deciso di affidare a una sessione "istituzionale" - nel senso che vi sono rappresentati i protagonisti ai massimi livelli delle autorità governative e locali e delle realtà associative industriali e di settore - l'esplicitazione del tema

dell'alleanza per la crescita durevole di cui ho parlato prima: il concetto è "confrontiamoci tra committenti e fornitori perché la ripresa deve essere 4.0 o non sarà". Le altre sessioni trasversali, come le abbiamo chiamate, toccano tutti i temi più caldi del settore.

“Non ci sarà un particolare spazio dedicato all’industria 4.0, infatti tutta la manifestazione è permeata dal concetto di innovazione digitale a supporto del cambio di passo del funzionamento delle imprese”, dice Fuochi

IN PARTICOLARE, QUALI?

Lo sviluppo delle infrastrutture del paese è estesamente trattato, con una focalizzazione sul tema delle Zone Economiche Speciali e delle zone franche. Non può mancare un focus sulla logistica sostenibile, ma con pragmatismo l’abbiamo declinata negli strumenti già oggi utilizzabili perché si possa veramente “fare”. Le tendenze tecnologiche hanno uno spazio importante, e penso che nessun altro le abbia affrontate in modo così integrato come nella sessione dedicata nel nostro palinsesto. Si parlerà di guida autonoma, big data, strumenti di supporto per le decisioni strategiche, droni, ma anche di blockchain e di intelligenza artificiale. Infine, One



MENTI MERCEOLOGICI?

Certamente. Ne abbiamo quattro, una dedicata al settore dell’alimentare, con un focus su fresco e freschissimo, una alla filiera dei cereali e delle granglie per la pasta e i mangimi, una sulla logistica dei ricambi in ambito di meccanica e automotive. Infine si ritorna alla logistica come veicolo di export, di diffusione strategica del made in Italy: esamineremo le strategie dei brand e quelle delle piattaforme di eCommerce internazionali e nazionali, tenendo conto delle esigenze logistiche che ne scaturiscono.

CI SARÀ UNO SPAZIO PER IL TEMA DEL MOMENTO, OSSIA L’INDUSTRIA 4.0?

Non parliamo di uno spazio, infatti tutta la manifestazione è sottesa dal concetto di innovazione digitale a supporto del cambio di passo del funzionamento delle imprese. Per quello abbiamo richiamato sin dal titolo della sessione istituzionale il risultato cui deve portare l’introduzione delle industria 4.0, ovvero la ripresa 4.0.

PROPELLER’S CLUB MILANO E ASSOLOGISTICA SONO I PROMOTORI DELLA MANIFESTAZIONE, PERCHÉ QUESTA SCELTA? E CHE DIRE DELLE ALTRE ASSOCIAZIONI COINVOLTE NEL PROGETTO?

E’ una scelta che va in un’ottica di continuità, già lo scorso anno, alla prima edizione dell’evento, il Propeller’s Milano e Assologistica sono stati presenti e da sempre sono attivi nell’organizzare momenti di confronto fra il mondo della logistica e dello shipping e l’industria. Mi fa piacere anche citare il ruolo come promotore di Alsea e i diversi patrocini a oggi pervenuti fra cui Confitarma, Federazione del Mare, Assoport, Assagenti Genova, Sos Logistica e Assoferr che confermano come solo facendo squadra si può realmente incidere. Ma non ci fermiamo qui, poiché altre associazioni di categoria ci hanno confermato il loro interesse e aspettiamo a breve le loro conferme.

CHE RISPOSTA VI ATTENDETE DAL MONDO INDUSTRIALE?

Quella che stiamo ricevendo. Le grandi associazioni di categoria ci stanno patrocinando; aziende importanti e centrali per il loro settore sono già inserite in agenda (un nome per tutti, Versalis), la stessa sede del convegno, Assolombarda, è un fatto eloquente di quello che vogliamo ottenere. Le alleanze richiedono sempre almeno due contraenti, e a Shipping, Forwarding&Logistics Meet Industry ci sono tutte le parti interessate. Penso e spero proprio che la sera del 2 febbraio potremo dirci “abbiamo fatto un buon lavoro”.



Belt One Road, tema presentato da un punto di vista che pensiamo originale e che veramente interessa alle aziende, ponendoci le seguenti domande: “assunto che si farà, che ce ne facciamo? Possiamo usare questa moderna Via della Seta per aumentare le nostre esportazioni? Possiamo intercettare i flussi di traffico e gli investimenti che viaggiano con essa?”.

ANCHE QUEST’ANNO PREVEDETE SESSIONI VERTICALI, PER SINGOLI SEG-