

Nella capitale full immersion logistica

Tre giorni di intensi dibattiti e di analisi hanno caratterizzato i lavori: i temi affrontati sono andati dalla city logistics, al real estate, all'Ict.

di Giovanna Visco

Sono state essenzialmente fuori dal coro le tre giornate di lavoro, portate a Roma da Assologistica e dal presidente Carlo Mearelli, dell'Ifwla (International Federation of Warehousing and Logistics Associations), che, raggruppando le associazioni nazionali di logistica di 18 paesi, da 39 anni dissemina la cultura logistica nel mondo. Infatti sono stati giorni di Focus su alcuni specifici temi logistici, partecipati da circa 90 delegati provenienti da Cina, Cipro, Francia, Giappone, India, Iran, Italia, Lettonia, Gran Bretagna, Stati Uniti, Taiwan, che hanno dato prova di quanto il settore logistico nel suo complesso punti all'integrazione, introducendo un elemento innovativo rispetto agli schemi tradizionali della competizione classica.

In Italia troppo spesso la logistica si confonde con il trasporto e "le aziende italiane di produzione competono molto tenacemente nel mondo, ma dobbiamo riconoscere che la logistica del nostro paese non ha mai accompagnato a pieno questo processo, aprendo spazi alla concorrenza europea", ha sottolineato Carlo Mearelli nel saluto di apertura ufficiale dei lavori, e senza veli ha proseguito "Ci sono responsabilità politiche che vengono da lonta-

no e che hanno favorito il 'piccolo è bello' ed un'economia parassitaria che il mercato bocchia. Il ruolo della politica della logistica alta spetta al paese, ma al governo diciamo di non mollare, continuando l'adeguamento delle regole di armonizzazione, ma in un sistema che sia dialogante". Parole che hanno trovato piena corrispondenza durante tutto lo svolgimento della fitta agenda della Convention, caratterizzata da una cultura non accademica, intrisa di pratiche aziendali, in cui si sono affacciati alcuni studi di settore che hanno offerto spunti di razionalizzazione e di riflessione.

I lavori si sono aperti con il tema del real estate logistico, in cui vari interventi hanno sostanzialmente sottolineato la sua valenza strategica nelle supply chain, in termini di riduzione dei costi ottenibili da sensate decisioni immobili-

liari. Si è anche sottolineato la crescita in Italia dei magazzini retail, generata dalla riduzione delle scorte di magazzino di un numero sempre più elevato di punti vendita al dettaglio, e quella degli hub multi cliente, che trovano sempre più mercato per la volatilità dei costi del carburante, che sta spostando l'attenzione sulle infrastrutture multimodali e intermodali. Si è poi passati a discutere di investimenti logistici presentando anche alcune opportunità offerte dall'Italia, che hanno suscitato un certo interesse da parte dei delegati cinesi. In questa sessione sono stati anche illustrati investimenti fatti da imprese logistiche in c/terzi private per l'adeguamento alla domanda di mercato, tra cui il Gruppo Contship che in Italia gestisce la quota del 43% delle merci containerizzate movimentate nei porti italiani. Tuttavia è stato anche evidenziato





Nella foto, l'ingresso del palazzo dei congressi dell'Eur. Nella pagina precedente e nelle seguenti, immagini dei lavori della Convention e il passaggio delle consegne tra Carlo Mearelli, presidente uscente, e il nuovo presidente, il cinese Shen Shaoji.

quanto sia diventato incerto l'esito degli investimenti basati sulle analisi dei trend, per la volatilità dei costi, le rapide evoluzioni dei mercati pressati dalla crisi globale e le controtendenze che stanno emergendo. C'è incertezza, che, tuttavia, può essere controllata attraverso i parametri swichpoint, percepiti dalle singole imprese e di diretto impatto sui possibili scenari futuri.

Altro approfondimento sviluppato nel corso dei lavori ha riguardato la city logistics. Sono state discusse alcune diverse soluzioni adottate a Parigi, Utrecht, Cracovia, mentre, con alcuni interventi concatenati, altri interessanti spunti sul campo sono stati offerti da un progetto ecosostenibile nel centro storico di Roma di organizzazione della distribuzione commerciale, promosso dall'assessore alle Politiche della mobilità, Aurigemma. Tra gli aspetti emergenti che rappresentano

le nuove sfide per la city logistics vi è l'affermazione dell'e-commerce, che sta cambiando i tempi di permanenza urbana delle consegne e motivando nuove forme di programmazione modulate per appuntamenti. L'andamento del prezzo del carburante sta poi pesando molto sulle scelte di trasporto con cui si effettuano le consegne nei centri urbani, incentivando l'adozione di mezzi elettrici, graditi anche dalle amministrazioni locali per il basso impatto ambientale.

In un'altra sessione, invece, l'argomento dipanato è stato Ict logistics, valutato in termini di capacità di sincronizzazione di risorse e attività per la creazione di sistemi intelligenti di trasporto, i cui effetti pratici, ad esempio nel trasporto marittimo, offrono la possibilità di informare anticipatamente la nave sulla disponibilità degli spazi nel porto, consentendone una razionale modulazione di velocità

della navigazione che non solo ottimizza il consumo di bunker ma decongestiona l'ingresso nello scalo. È stato anche illustrato lo stato dell'arte sulla creazione di un unico documento elettronico intermodale di accompagnamento della merce, come promosso dall'Unione europea. C'è una forte richiesta da parte dei clienti di monitorare direttamente la propria merce lungo la catena logistica di trasferimento, stoccaggio e manipolazione, che trova anche corrispondenza nell'esigenza delle imprese di logistica di controllare costantemente ed in tempo reale la qualità dei processi operativi, a cui Ceva ha dato una risposta concreta con lo sviluppo di una vera e propria Torre di Controllo virtuale centralizzata. I lavori delle tre giornate si sono conclusi con la presentazione di alcune best practices sulla sostenibilità ambientale della logistica e la sicurezza delle movimentazioni.

Nel corso della Convention si è svolta anche l'assemblea generale dell'Ifwla e, come da statuto, si è svolto anche il passaggio di consegna della presidenza. La cerimonia è avvenuta nel corso del gala dinner, sulla spettacolare Terrazza Caffarelli al Campidoglio. La ca- >



rica occupata dall'Italia e tenuta dal presidente di Assologistica Carlo Mearelli, è passata alla Cina, con l'investitura di Shen Shaoji di China Associations of Warehousing and Storage. L'anno prossimo l'Ifwla compirà il suo 40° e la Convention si svolgerà a Pechino.



L'evento espositivo

Molti gli stand aperti in occasione della Convention tesi a sottolineare il valore di promuovere la "cultura" logistica



Per la prima volta la Convention è stata accompagnata da un evento espositivo, anch'esso alla sua prima edizione, Roma Lowe, in un intreccio logistico di business e cultura sorretto principalmente dalla spinta a internazionalizzare la logistica italiana in c/terzi, come sintetizzato anche dallo slogan dello stand "Assologistica per l'internazionalizza-

zione", in cui le imprese Intergroup, Magazzini Generali Doganali di Turbigo, Magazzini Generali Doganali di Vercelli, Magazzini Generali Raccordati di Cesena, Solacem, Terminal Intermodale di Trieste Ferneti hanno promosso i propri servizi. Ai vertici di queste imprese abbiamo chiesto il peso e l'importanza della cultura logistica nella propria attività.

PIETRO DI SARNO

Intergroup

"Per il nostro settore in cui spesso dobbiamo operare con rapidità e tempestività, la cultura logistica è fondamentale. Noto che sempre più su questo tema si sta creando un certo interesse che sta creando un 'substrato logistico' soprattutto nelle università. Nelle aziende medio piccole come la nostra il più delle volte non c'è il tempo per dedicarsi all'approfondimento culturale delle nostre attività, perché siamo molto impegnati dal day by day, e troviamo che partecipare a iniziative come questa dell'Ifwla sia molto utile, perchè ci consente comunque di farlo senza sottrarre tempo prezioso alle nostre attività operative quotidiane".

FRANCESCO BELLONE

Magazzini Generali Doganali di Turbigo

"È di vitale importanza. È attraverso la nostra cultura logistica che riusciamo ad attirare il cliente, che in genere non è in grado di vendere o comprare 'logisticamente' la merce. All'inizio è faticoso far comprendere, starci dietro, ma poi una volta capita ... purtroppo spesso tocca a noi colmare un vuoto che invece dovrebbe essere colmato dalle istituzioni".

ELENA BUSLACCHI

Magazzini Generali Doganali di Vercelli

“Per la nostra impresa è fondamentale e allo stesso tempo rappresenta una forte criticità. Infatti la scarsa conoscenza culturale della logistica spinge spesso a far avanzare delle richieste talvolta estremamente difficili da accontentare. La generale scarsa preparazione logistica spinge con molta facilità a pensare che le cose siano molto semplici da realizzare, ma naturalmente non è così. Questo ci porta molte volte, contemporaneamente alla vendita dei nostri servizi, a dover fare opera di formazione culturale”.



MASSIMILIANO MONTALTI

Magazzini Generali Raccordati di Cesena

“In termini di formazione per noi è importantissima la cultura del personale commerciale e dei magazzini. Riteniamo che la preparazione culturale logistica sia fondamentale per le figure chiave dell'azienda, che a loro volta possono divulgarla e trasmetterla a tutta l'organizzazione. E non solo. Sovente, quando incontriamo i nostri clienti, siamo noi a dover fare cultura logistica, diventando una sorta di professori di cultura logistica, che purtroppo registriamo scarsa tra i non addetti ai lavori”.



ca con crescente propensione alla mobilità concettuale, per allargare i propri confini di attività”.

GIUSEPPE ROCCO

Solacem

“La cultura logistica specialmente nei momenti di crisi assume una forte e crescente importanza, perché è proprio in momenti economici come quello che stiamo attraversando che si manifesta di più l'esigenza di muoversi e uscire dai propri tradizionali confini. In questo la cultura logistica è fondamentale perché prima ancora che praticamente, consente di muoversi mentalmente. In questo senso l'Ifwla è un esempio di cultura logistica

GIORGIO MARANZANA

Terminal Intermodale di Trieste Ferneti

“Per noi la cultura è strettamente abbinata al servizio di qualità che cerchiamo di dare sempre al nostro cliente. Il servizio di qualità è il nostro minimo comune denominatore e ci aiuta anche a sopperire le eventuali criticità esterne. La nostra cultura logistica aziendale ci ha determinati a dare la massima assistenza



all'autista come alle merci. Quindi cultura dell'informazione del cliente e delle problematiche, ma anche consapevolezza che il nostro miglior marketing è l'autista che è colui che fisicamente raggiunge i nostri clienti e che deve trovare in Ferneti la sua seconda casa”.