

Il panorama economico attuale è caratterizzato da cambiamenti che si manifestano con una velocità e continuità senza precedenti. Le organizzazioni, soprattutto quelle aziendali, che interagiscono con l'ambiente esterno, si trovano di fronte a uno scenario di incertezza unito a numerosi fattori di rischio derivanti da uno sviluppo economico irregolare. L'emergenza sanitaria ha ulteriormente accelerato questa tendenza, sconvolgendo la società e il mondo del lavoro, mettendo sotto pressione le supply chain globali e portando allo scoperto tutti i punti deboli finora mai considerati. Le aziende, in brevissimo tempo, hanno dovuto reagire dimostrando di essere resilienti e flessibili attraverso la rapida adozione di comportamenti positivi. Anche il settore della logistica è stato investito da cambiamenti dettati dal movimento fluido e irregolare del commercio globale.

Abbiamo interpellato **Maurizio Fasce**, Regional Managing Director Mediterranean & Southern Africa Headquarters di **a.hartrodt** per discutere di come l'azienda sta affrontando l'attuale situazione e dei progetti presenti e futuri. Non solo: durante la chiacchierata **Maurizio Fasce** ha analizzato lo scenario corrente della logistica mondiale per far comprendere meglio come, nel prossimo futuro, potrebbero cambiare le dinamiche generando nuove opportunità per le aziende.

Avete recentemente proposto il Multi Destination Consolidation; che programmi ha a.hartrodt in Italia per implementare i sistemi di gestione delle merci dalla Cina?

Attualmente il sistema di movimentazione delle merci attraverso il globo è in continua trasformazione. Abbiamo constatato quanto una crisi come quella del Covid abbia di colpo ridisegnato tutto il panorama commerciale in breve tempo. **a.hartrodt** ha attraversato questo periodo facendo tesoro di molte esperienze dirette e, grazie a ciò, ha ripensato le proprie politiche di espansione cercando di interpretare al meglio i molteplici cambiamenti. Prima di proseguire vorrei fare un paio di considerazioni in merito a due fattori: la Cina sta rivedendo le proprie strategie attraverso la promozione di nuove vie commerciali come quella ferroviaria verso l'Europa, che si sta rivelando una valida alternativa al canale marittimo e aereo per logici motivi, rispettivamente di tempo e costi. La seconda è che, rispetto agli hub marittimi nordeuropei, i punti di arrivo delle merci come Genova garantiscono un risparmio in termini di tempo di circa dieci giorni.



Maurizio Fasce, Regional Managing Director Mediterranean & Southern Africa
Headquarters di **a.hartrodt**

Detto questo, **a.hartrodt** sta implementando i propri servizi, e il Multi Destination Consolidation è un esempio di servizio differenziato. Quando si parla di nuovi servizi è fondamentale la specializzazione nella gestione di specifiche categorie di prodotti, che per loro natura richiedono una profonda conoscenza tecnica. In questo senso la digitalizzazione assume un ruolo complementare. **a.hartrodt** ritiene fondamentale l'aspetto IT in questo ambito, poiché con la digitalizzazione è possibile implementare nuovi servizi e renderli sempre più fruibili, accessibili e smart, possibilmente integrati con i Sistemi Portuali (*Port Community Systems*). L'obiettivo è quello di ottimizzare la fornitura al cliente di dati e informazioni in tempo reale sia riguardo al tracciamento fisico delle merci che a quello documentale, finanziario e amministrativo. Non meno importante, per **a.hartrodt**, è il fattore di espansione facendo "rete", ossia operando nel settore attraverso la continua implementazione di una struttura di supporto costituita da una rete internazionale di uffici e agenti. In questa prospettiva, **a.hartrodt** vuole massimizzare il concetto di "global reach", cioè la capacità di servire il cliente in ogni angolo del mondo.

Come a.hartrodt intende differenziarsi dagli altri operatori?

Voglio riallacciarmi alla risposta precedente considerando che la sfida dei prossimi anni

sarà fortemente influenzata dall'aggiornamento digitale e dalla capacità di costruire servizi sempre più orientati al cliente. Occorre quindi un corretto adattamento tecnologico, e investimenti mirati; soltanto in questo modo sarà possibile proporre nuovi servizi sia a livello locale che internazionale. Chi sarà in grado di interpretare al meglio questi fattori potrà continuare a giocare un ruolo nel futuro della logistica, e mi riferisco anche alle piccole aziende. Come ho accennato prima, **a.hartrodt** sta investendo in strutture, digitalizzazione e organizzazione.

Questo si traduce in servizi che un carrier non può permettersi di offrire per questione di tempo a disposizione e volumi massivi di merci trasportate. Proseguendo sul discorso di digitalizzazione esistono numerose aree in via di ottimizzazione come, ad esempio, le piattaforme multifunzionali che includono e-booking, preventivi e acquisto di servizi di trasporto, assicurazione, emissione di polizze di carico e altri documenti che rappresentano la merce in transito, così come i tool più avanzati di tracciamento delle spedizioni, e così via. **a.hartrodt** sta inoltre investendo nello sviluppo di sistemi di Customer Relationship Management (CRM) di ultima generazione, volti a migliorare l'efficacia di tutti i processi che interagiscono con il cliente. Ancora, puntiamo fortemente sui servizi di magazzinaggio, anche a temperatura controllata, che sono complementari al mero trasporto marittimo o aereo, fornendo attività a valore aggiunto, spesso assai articolate, che consentono una gestione molto più dinamica delle merci in transito. Un altro esempio di servizio che **a.hartrodt** propone, di fondamentale utilità a causa della situazione odierna, è quello della sanificazione dei container.

Che opportunità o progetti ci sono per a.hartrodt riguardo all'apertura di nuove vie di trasporto come ad esempio il Terzo Valico?

a.hartrodt è una realtà in continuo sviluppo poiché sa evolvere ed adattarsi ai mutamenti dello scenario mondiale. Logicamente ogni nuova via di comunicazione, ad esempio la nuova via Cina-Europa di cui parlavo in precedenza, presenta dei vantaggi ma allo stesso tempo problematiche di vario genere. Ogni nuova rotta marittima, ogni nuovo collegamento stradale o ferroviario così come aereo, rappresenta per **a.hartrodt** una opportunità da cogliere per continuare il processo di evoluzione. Rispondendo alla domanda riguardo al Terzo Valico, posso dire che questo collegamento, anche se necessita ancora di tempo per essere completato, potrebbe offrire una corposa boccata di ossigeno all'Hub portuale di Genova e rappresentare il primo gradino per il rilancio di tutta l'area.

Dico questo perché l'attuale situazione del porto ligure è caratterizzata da infrastrutture congestionate, antecedenti alla crisi Covid, e carenti dal punto di vista del collegamento dell'ultimo miglio fra porto e strade/ferrovie. Inoltre, parallelamente al completamento del

Terzo Valico, si renderà necessario realizzare un polo logistico il più vicino possibile a Genova poiché, a causa della conformazione geografica ligure, non è possibile espandere ulteriormente le aree portuali. Per il futuro ci aspettiamo quindi numerose opportunità e sarà compito di tutti i soggetti coinvolti spingere per generare valore dal vantaggio che i porti italiani hanno rispetto a quelli nordeuropei: dalla Cina a Genova, ad esempio, è possibile risparmiare circa 10 giorni. Per sfruttare appieno tali vantaggi, occorre però superare alcuni colli di bottiglia di carattere burocratico. **a.hartrodt** intende accelerare al massimo le procedure burocratiche e doganali attraverso la digitalizzazione al fine di offrire gli stessi servizi concorrenziali dei porti nordeuropei.

Come a.hartrodt immagina il futuro del sistema di spedizione in Italia?

Nel nostro Paese c'è un certo fermento per quanto riguarda il rilancio dei servizi logistici, e questo è il momento per accelerare e sfruttare la situazione: sono fermamente convinto che abbiamo tutte le carte in regola per farlo. Oggi abbiamo un mercato molto fluido e veloce, che ha bisogno di un sistema logistico che ne rispecchi appieno le caratteristiche.

Attualmente quello che spinge i clienti a preferire gli hub nordeuropei rispetto ai porti italiani è l'alto livello di burocratizzazione di questi ultimi, e questo è un aspetto critico a cui serve una soluzione efficace, considerato che "paghiamo" una differenza di circa 10 mln di TEU rispetto ai porti nordeuropei. **a.hartrodt** immagina per il futuro un sistema ancora più efficiente che dovrà essere sempre più agile e rapido e che garantisca al cliente servizi efficaci e semplificati. Per concretizzare tutto ciò occorrerà lavorare su più fronti, come ad esempio il corretto mix di soluzioni logistiche, la semplificazione delle operazioni e delle procedure di spedizione attraverso il supporto di sistemi IT snelli e affidabili, così come lo sviluppo costante delle professionalità interne alle aziende. Questi rimarranno gli aspetti più cruciali per raggiungere tutti gli obiettivi preposti.

Informazioni su a. hartrodt

Fondata nel 1887 e con sede ad Amburgo, l'azienda a conduzione familiare, ha più di 2.000 dipendenti che lavorano in 64 filiali e aziende associate in tutto il mondo, tra cui BHS Spedition und Logistik GmbH a Brema. Dal 2015 una holding fornisce a tutte le imprese operative di a. hartrodt servizi finanziari e informatici in più di 100 sedi dislocate in 46 nazioni commerciali.

Tutte le filiali di spedizioni nazionali, come a. hartrodt Deutschland (GmbH & Co) KG, hanno i loro direttori generali. Il portfolio del gruppo comprende diverse soluzioni di spedizione merci per via aerea e marittima, trasporto via terra, logistica di progetto e di magazzino. a.

hartrodt dispone di oltre 55.000 metri quadrati di magazzino e spazi logistici in 19 sedi in tutto il mondo. Nel 2020 il fatturato ha generato ricavi per un totale di 473 milioni di euro.

© riproduzione riservata pubblicato il 28 / 09 / 2021