



AUTOTRASPORTO ARTIGIANO: LA RETE D'IMPRESA PER AFFRONTARE IL NUOVO MERCATO DI TRASPORTO, LOGISTICA E SPEDIZIONE

Affollato appuntamento oggi a Udine promosso da Confartigianato Trasporti Fvg per individuare nuovi modelli d'impresa post Covid e nell'epoca del caro energia. Il capogruppo Stefano Adami: «Resilienti e innovatori è quanto siamo chiamati ad essere. La formazione è fondamentale».

Trasporto, logistica, spedizione: oggi il mercato chiede alle imprese di trasporto molto di più del servizio che è racchiuso nel loro nome. Le aziende di tutti i settori richiedono, esplicitamente o implicitamente, una prestazione completa, che comprenda insieme al trasporto anche la logistica e la spedizione. Tecnicamente si chiama "verticalizzazione del processo", in pratica occorre saper offrire al mercato una proposta completa, che copra tutto ciò che sta tra l'azienda produttrice e il destinatario. Una sfida per le piccole e medie aziende artigiane, che possono affrontarla attraverso le reti di impresa, un modello per nuovi operatori in grado proprio di verticalizzare i processi mantenendo l'autonomia di ogni società.

Sono gli scenari critici e la possibile soluzione per affrontarli emersi oggi (sabato 19 novembre) a Udine nel confronto che il comparto regionale dell'autotrasporto di Confartigianato Fvg ha avuto con l'esperto del settore logistico architetto Paolo Sartor. Obiettivo, individuare «Strategie vincenti per il futuro: nuove tendenze, nuovi modelli organizzativi ed esperienze per la gestione di un'impresa di autotrasporto». Presenti il presidente di Confartigianato Fvg, Graziano Tilatti, e il capocategoria regionale, Stefano Adami. «È da anni, ormai, che stiamo affrontando contingenze sempre più difficili e complesse. Non vogliamo e non possiamo essere in balia degli eventi – ha considerato in premessa Adami -. La categoria ha avviato una riflessione per offrire a tutti opportunità di confronto che consentano di sviluppare un nuovo modello di business, efficiente, competitivo e remunerativo. La via delle alleanze strategiche pare essere quella che dà opportunità».

La logistica post Covid richiede requisiti di servizi diversi rispetto al passato, perché nei mesi di lockdown al trasportatore è stato chiesto di trovare sempre e comunque una soluzione e oggi gli ingredienti più importanti che deve possedere un operatore del trasporto sono l'organizzazione e la resilienza, trovando la migliore soluzione disponibile al momento.

In un contesto complesso e fluido, ha fatto sintesi Sartor, la rete d'impresе consente «di incrementare il volume di traffico e il fatturato, di ridurre i costi per erogare i servizi, di migliorare e ampliare l'offerta, di fornire al cliente un servizio facile e fruibile orientato al concetto di door to door e con resa franco destinatario, di arginare il rischio di sudditanza da grandi player internazionali e allargare il ventaglio dei servizi offerti ai clienti, evitando di limitarsi alla gestione diretta di un singolo anello della catena logistica». Il contratto di rete, in sintesi, «è una via per superare il nanismo logistico delle imprese e ampliare l'offerta di servizi, mantenendo la propria autonomia».

Accanto a ciò, è emerso nel corso dell'appuntamento, è necessario ricalibrare con urgenza l'accisa sul gasolio professionale, anche perché è in atto una speculazione sui prezzi alla pompa di difficile superamento nel breve termine, e dare dignità a una professione che è fattore essenziale per l'economia, come è stato dimostrato nel periodo più critico della pandemia.

Udine, 19 novembre 2022

Ufficio stampa Confartigianato Imprese FVG