

INCHIESTA Più luci che ombre

resi già da tempo consapevoli di essere agenti di questa rivoluzione. In quest'ambito non ci sentiamo né utenti finali, né fornitori ma attori primari. **Traguardiamo i nostri obiettivi con una prospettiva di lungo periodo pertanto siamo consapevoli che dobbiamo imparare a conoscere e gestire temi quali internet of things, physical internet, big data management, platooning, automated driving ecc.** È difficile comprendere in che modo e quanto in profondità l'industria 4.0 intaccherà il nostro settore ma ci auspichiamo di poter affrontare ogni cambiamento in un'ottica di cooperazione con i nostri partner e clienti.

8. Al netto delle acquisizioni stiamo continuando a crescere con un tasso costante annuo del 15% pertanto posso ritenermi felice dei risultati ottenuti. Ciononostante, siamo consapevoli del fatto che viviamo in un momento storico in cui la rapidità dei cambiamenti richiede uno sforzo enorme. Per chi come noi non ha tra i suoi obiettivi stare al passo con il cambiamento ma prevederlo e anticiparlo la sfida è ancora più difficile ma anche enormemente avvincente. Per questo 2017 esprimiamo l'augurio di continuare a crescere e di promuovere in prima linea l'innovazione nel campo della logistica. ◆



Stefano Bianconi
Direttore Generale
COLUMBUS

1. Il mercato è in crescita e nel corso del 2016 si è riscontrata una maggiore apertura di nuovi tender e una grande vivacità dal punto di vista della domanda. La forte competitività sui costi resta un elemento fondamentale e ogni società di logistica deve razionalizzare al massimo costi variabili e fissi e puntare ad una crescita di fatturato per riuscire a coprire i costi generali. Riscopriamo che l'elemento più importante su cui continuare a investire sia indubbiamente quello dei sistemi informativi, al fine di poter gestire al meglio tutte le potenzialità di ottimizzazione nella gestione della movimentazione e, quindi, nella gestione del costo del personale di magazzino.

2. L'investimento sulla sicurezza è ormai consolidato nel bilancio a livello annuale e quanto messo in campo negli ultimi anni ha fatto sì che nessun incidente si sia verificato nel corso

del 2016. **Siamo più che felici che si parli di legalità e, addirittura, di rating e visibilità delle aziende oneste: è l'unico modo per far prendere la giusta direzione a questo settore.**

5. In termini di industria 4.0 l'impatto che la manifattura additiva potrà avere su tutta la filiera, anche distributiva, fa intravedere scenari completamente diversi rispetto a quello attuale. Tuttavia, è certo che il mercato oggi sia ancora molto acerbo. Ciò non toglie che la nostra curiosità, soprattutto verso temi che si legano alla tecnologia, ci porterà a cogliere l'opportunità di investire su questo fronte non appena se ne presenterà l'occasione.

6. L'e-commerce è sicuramente il settore con più alti margini di crescita e noi facciamo ancora poco rispetto a quanto saremmo in grado di fare, essendo la nostra società nata proprio con la gestione di clienti caratterizzati da un elevato numero di spedizioni di basso peso. **Non è chiaro come sarà il mercato in futuro vista la sempre più solida presenza, anche in termini di gestione diretta, della logistica dei colossi del settore che da potenziali clienti per aziende di logistica si preparano a diventare potenziali competitor.**

8. Sicuramente possiamo essere soddisfatti dell'anno appena concluso che ha segnato una crescita del 6% nei ricavi, anche se vi è stata una leggera contrazione a livello di profitti. Siamo positivi sul 2017 e prevediamo una crescita del 14% nei ricavi, grazie a dei nuovi tender già acquisiti, ed una conseguente crescita anche sul fronte dei profitti. Abbiamo inoltre avviato un processo di internazionalizzazione e il nostro augurio è che questo possa realmente prendere il via nel corso dell'anno. ◆



Daniele Testi
Marketing & Corporate
Communication Director
**CONTSHIP ITALIA
GROUP**

1. Lo shipping in generale sta affrontando ormai da svariati anni un periodo di grande incertezza effetto della combinazione tra: minori tassi di crescita dei trade mondiali di merce containerizzata (il trasportato cresce ma con un fattore stimato pari a 0,8-1 rispetto alla crescita del PIL mondiale mentre prima della crisi il fattore era pari a 3-4 volte il PIL); e offerta di trasporto in