

LE CASE DI SPEDIZIONI POTRANNO OFFRIRE QUOTAZIONI PER TRASPORTI INTERCONTINENTALI

Alibaba corteggia gli spedizionieri

Firmato accordo fra il gruppo cinese e Wca, grande network internazionale di spedizionieri a cui aderiscono in Italia oltre 120 società. Secondo Pitto (Spediporto) ci aprono opportunità interessanti

Il colosso cinese dell'e-commerce Alibaba vuole dare lavoro agli spedizionieri di tutto il mondo, compresi quelli italiani, diversamente da Amazon che da tempo ormai sta dimostrando di voler internalizzare il lavoro di trasporti, logistica e distribuzione. In quest'ottica va letto l'accordo appena siglato fra il gruppo cinese guidato da Jack Ma e Wca Ltd, uno dei più grandi network internazionali di spedizionieri a cui aderiscono in Italia oltre 120 società.

Dopo l'accordo siglato pochi giorni fa con la compagnia di navigazione Maersk Line per effettuare le prenotazioni delle spedizioni marittime direttamente sul sito e-commerce, Alibaba ha offerto anche alle case di spedizioni la possibilità di collaborare con la sua piattaforma tramite il nuovo Wca e-commerce network. In pratica il network di si è fatto carico di scremare e approvare una lista di operatori logistici e spedizionieri in giro per il mondo che, grazie alla elevata qualità ed efficienza dei servizi offerti, potranno ottenere accesso agli ordini di spedizioni generati dai clienti che acquistano merce sul sito Alibaba.com. In concreto la collaborazione

fra questi due soggetti prenderà avvio da questo mese di gennaio e interesserà inizialmente gli scambi fra la Cina e Usa, India e Regno Unito. A seguire verranno progressivamente implementati anche i rapporti con gli altri Paesi del mondo tra cui anche l'Italia dove Wca è ben radicata contando ad oggi 126 case di



Alessandro Pitto

spedizioni «consorziate». Il presidente del network, David Yokeum, ha evidenziato il fatto che «Wca ha lavorato per mettere i propri associati nelle condizioni migliori per riuscire a cogliere l'enorme crescita attesa nelle spedizioni globali grazie all'e-commerce».

Alessandro Pitto, presidente dell'associazione genovese degli spedizionieri (Spedi-

Rolfo ristruttura il debito e guarda fuori dall'Europa

Rolfo, società cuneese leader nel settore della produzione, allestimento e commercializzazione di veicoli industriali (in particolare bisarche per trasporto veicoli e rimorchi), ha completato la ristrutturazione del debito ed è pronta a investire in nuovi mercati extra-europei. Il risanamento dei conti (procedura ex art.67 della legge fallimentare) riguardava un debito di circa 32 milioni di euro e la ristrutturazione si fonda su un piano che prevede un aumento di capitale, un accordo interbancario e una serie di accordi bilaterali. Fra gli istituti di credito coinvolti ci sono Bnl, Unicredit, Banca d'Alba, Intesa Sanpaolo e Mediocredito Italiano.

Il bilancio 2015 della società si era chiuso con ricavi in significativa crescita a 56 milioni di euro, dai 39 milioni del 2014, e con un risultato netto negativo per 1,3 milioni (il rosso del 2014 era stato di 4,7 milioni). Finora lo zoccolo duro del bacino di clienti di Rolfo sono stati l'Italia (che a fine 2015

pesava per poco meno di 15 milioni sul totale dei ricavi) e il resto d'Europa (36,7 milioni) ma in futuro le ambizioni sono quelle di allargare il proprio mercato di riferimento. Il presidente della società, Dario Rolfo, a *MF Shipping & Logistica* ha detto: «Il 2016 è andato molto bene e lo dimostra l'incremento del fatturato che raggiungerà i 75 milioni di euro facendo segnare dunque un progresso del 30%. Un risultato reso possibile da un mercato, quello europeo dell'automotive, che è ripartito innescando nuovi piani d'investimento da parte degli operatori attivi nella logistica terrestre». Insomma si trasportano più auto e quindi c'è bisogno di più bisarche non solo in Europa e infatti Rolfo guarda anche fuori dal vecchio Continente: «Abbiamo in previsione di allargare la nostra area geografica di business sviluppando nuovi mercati fuori Europa, in particolare guardiamo con interesse a Cina e Brasile perché in questi paesi intravediamo interessanti potenzialità di crescita». (riproduzione riservata)

porto) nonché amministratore delegato di Casasco&Nardi (una delle case di spedizioni aderenti a Wca), spiega che «finora il commercio elettronico ha generato uno scarso indotto sugli spedizionieri, mentre ha decisamente incrementato i volumi trasportati dai corrieri espresso». Una distinzione importante perché se l'e-commerce sta facendo la fortuna dei corrieri sul fronte delle consegne di pacchi e piccoli colli ai consuma-

tori finali, allo stesso modo le case di spedizione possono guardare con interesse a un incremento degli approvvigionamenti di merce da una parte all'altra del mondo. Pitto spiega meglio il concetto: «Se sempre più aziende italiane vendono i loro prodotti sul portale di Alibaba ci sarà probabilmente bisogno di approvvigionamenti verso la Cina per far sì che la merce, una volta acquistata dagli utenti del sito, sia disponibile nel giro di

pochi giorni. Idem dicasi per i produttori cinesi che intendono vendere ai consumatori italiani. In questo contesto è prevedibile che ci saranno aziende interessate a spedire un numero crescente di container di merce dall'Italia alla Cina (e viceversa) con conseguente gestione delle attività di magazzino. La distribuzione finale dei singoli prodotti o di piccoli colli continuerà ad avvenire tramite i corrieri». (riproduzione riservata)

Gruppo Spinelli
LOGISTICS PROVIDER

SERIOUS COMMITMENT TO CUSTOMER SATISFACTION

www.gruppospinelli.com

Shipping e industria insieme a Milano

Il 2 e 3 febbraio Milano ospiterà la prima edizione di «Shipping, Forwarding & Logistics meet Industry», evento (di cui *MF-MilanoFinanza* sarà media partner) organizzato da Clickutility Team per fare incontrare mondo della logistica e dell'industria. Riccardo Fucchi, presidente del Propeller Milano e coordinatore del Think Tank, sottolinea che «l'evento coinvolgerà numerose associazioni di settore, esponenti dell'industria, della finanza e del mondo accademico». Carlo Lombardi, segretario generale della Federazione del Mare, aggiunge che «l'evento s'inserisce in un percorso di promozione del mondo marittimo e di sviluppo delle sue relazioni che la Federazione ha avviato da alcuni anni nel capoluogo lombardo». E Betti Schiavoni, presidente Alsea (pure fra i promotori) evidenzia che l'intento dell'evento è «far conoscere il servizio che offrono le imprese di spedizioni, i corrieri e gli autotrasportatori, ma anche gli aspetti che più spesso generano incomprensioni con la clientela, in modo da risolverli all'origine». (riproduzione riservata)

SHIPPING, FORWARDING & LOGISTICS meet INDUSTRY

2 - 3 Febbraio 2017
ASSOLOMBARDA, MILANO

www.shippingmeetsindustry.it

Organizzato da: ClickutilityTeam



Promotori:



Partner Istituzionali e Patrocini:

