

regolamento UE 1055/2020, che interviene, tra l'altro, sull'abuso della subvezione, libererebbe alcuni miliardi di euro in termini di contratti di trasporto, che oggi sono in mano a finti trasportatori senza camion. Lo Stato dovrebbe avere il coraggio di tornare a regolare il mercato, garantendone l'accesso, per una competizione leale tra imprese, dentro il perimetro della sicurezza e della legalità. Sul versante economico, occorre intraprendere il percorso dell'aggregazione tra PMI (per il quale occorrono pochi capitali, ma un profondo cambiamento culturale), per arrivare a immettere sul mercato nuovi soggetti imprenditoriali idonei a dare le risposte al mercato stesso.

DANIELE CONTI

Responsabile Settori Trasporto Merci, Logistica, Trasporto Persone, Vigilanza Privata e Servizi di Sicurezza Lega Coop

1. Il settore dell'autotrasporto è sempre stato caratterizzato da una notevole «polverizzazione» dell'offerta, con una struttura imprenditoriale prevalentemente «artigianale» e con decine di migliaia di piccole imprese che fanno fatica ad affrontare sia gli annosi problemi strutturali, sia le nuove sfide: costo dell'energia e delle materie prime al limite della sopportabilità, infrastrutture da rivedere, concorrenza sleale, costi derivanti della transizione ecologica e tecnologica. Per tale motivo la risposta è attualmente quella di concentrare l'offerta di logistica tramite una crescita dimensionale e processi di aggregazione così da rispondere alla crescente domanda da parte dei committenti e di una utenza sempre più esigente. In questo senso il modello cooperativo rappresenta ancora una risposta più che valida per le imprese del settore. Consorzi e cooperative di autotrasporto rappresentano modelli di cooperazione tra imprese, ove più imprenditori collaborano assieme, in modo stabile e duraturo, per realizzare gli scopi mutualistici (contenimento e razionalizzazione dei costi, finanziarizzazione, gestione di progettualità, erogazione di servizi burocratico-amministrativi ecc.) e gli obiettivi imprenditoriali di crescita produttiva ed economica.
2. La decarbonizzazione dei trasporti è un obiettivo necessario e nello stesso tempo ambizioso. Un impegno che comporta costi e ricadute rilevanti per le imprese di autotrasporto. Le strade da perseguire sono diverse. Sicuramente è necessario elaborare una strategia nazionale per la decarbonizzazione del trasporto merci da parte del governo che contempli investimenti in ricerca e sviluppo e incentivi da destinare agli autotrasportatori per ammodernare il parco veicoli circolante. È imprescindibile poi incentivare l'intermodalità, operare un cambio generale di comportamenti e ottimizzare le rotte di trasporto al fine di ridurre la distanza percorsa e conseguentemente costi, consumi di carburante e impatto ambientale. Per far questo è necessario sfruttare i vari strumenti



« La risposta è quella di concentrare l'offerta di logistica tramite una crescita dimensionale e processi di aggregazione così da rispondere alla crescente domanda dei committenti e di una utenza sempre più esigente. In tal senso il modello cooperativo è ancora una risposta più che valida per le imprese.

» Daniele Conti - Lega Coop

informatici che rendono tracciabile e puntuale il percorso di consegna al fine di minimizzare i costi e assicurare maggiore flessibilità. Ma ottimizzare le rotte è in primo luogo un'operazione culturale che passa attraverso una sensibilizzazione degli operatori logistici e più in generale dei diversi attori

delle filiere, per mettere in campo pratiche sostenibili – come per esempio quella del consolidamento delle spedizioni – e questo può avvenire solo promuovendo la collaborazione tra operatori logistici e tra questi e i committenti. E proprio nel promuovere un corretto equilibrio tra domanda e offerta di logistica le associazioni di categoria possono giocare un ruolo fondamentale. L'obiettivo deve essere quello di pensare a logistica e autotrasporto in ottica moderna, non solo come un mero costo da comprimere, ma come un servizio efficiente capace di ottimizzare il sistema al fine di garantire la sostenibilità ambientale, sociale, economica e aziendale.

ALESSANDRO PERON

Segretario generale FIAP

1. In un contesto globale in rapida evoluzione, le imprese di trasporto e logistica affrontano sfide significative. L'acquisto di veicoli di nuova generazione e l'adozione di sistemi di trasporto multimodale rappresentano passi cruciali nell'ambito ambientale. In parallelo, l'esigenza di creare ambienti di lavoro



ro attrattivi e con reali prospettive di carriera mira a rispondere alle richieste sociali, attirando nuovi talenti. Dal punto di vista economico, la riduzione dei costi tramite l'ottimizzazione dei flussi e il miglioramento dell'efficienza sono essenziali per rimanere competitivi. Questi fattori tendono a favorire le organizzazioni più grandi a scapito delle piccole imprese, che si trovano così di fronte a forti difficoltà. L'ingresso poi nel mercato italiano di grandi operatori internazionali accentua la necessità per il comparto di crescere e di promuovere la formazione di campioni nazionali italiani. È fondamentale, come sostiene FIAP, che le eccellenze del made in Italy e del settore agroalimentare, siano trasportate a livello globale da operatori italiani. Questa dinamica richiede alle piccole imprese una rapida comprensione e adattamento, spingendole verso aggregazioni o partnership con operatori nazionali più strutturati, nonostante ciò possa talvolta contrastare con l'indipendenza imprenditoriale. Trasporto e logistica si rivelano sempre meno artigianali e sempre più industriali, imponendo un ripensamento delle strategie a tutti i livelli. L'adattamento a tale scenario richiede una visione lungimirante e la capacità di superare le barriere personali e professionali, per assicurare alla logistica italiana un ruolo di protagonista nel contesto globale. Questo percorso non è solo una scelta, ma una necessità per garantire competitività e sostenibilità nel lungo termine.

2. Affrontare la riduzione delle emissioni di CO₂ è una sfida cruciale per il trasporto e la logistica, con inevitabili ripercussioni economiche sulle imprese, costrette a riversare tali costi sui clienti. È essenziale che il mondo industriale e la grande distribuzione, avvantaggiati da bilanci più robusti rispetto a quelli del nostro settore, partecipino attivamente alla sostenibilità ambientale, superando la logica dell'acquisto basato esclusivamente sul prezzo più basso. Per le aziende di trasporto e logistica, interpretare correttamente il mercato e pianificare strategicamente sono azioni fondamentali per anticipare gli scenari futuri. Le associazioni di settore, come la FIAP, svolgono un ruolo cruciale nell'educare e informare

Le eccellenze del made in Italy e del settore agroalimentare vanno trasportate a livello globale da operatori italiani. Questa dinamica richiede alle piccole imprese un rapido adattamento, spingendole verso aggregazioni o partnership con operatori più strutturati, nonostante ciò possa talvolta contrastare con l'indipendenza imprenditoriale.

Alessandro Peron - FIAP