

70 TECNOLOGIA

il GIORNALE della LOGISTICA

LOGISTICA IN ALTA QUOTA

L'AIR CARGO che PARLA ITALIANO



■ Alice Borsani

Nell'annus horribilis del cargo (il 2009) inizia la rinascita di Cargoitalia. L'obiettivo? Far volare il made in Italy



Cargoitalia è l'unico vettore all'air cargo italiano al 100%, con sede a Lonate Pozzolo (VA) facente capo a una compagine proprietaria capitanata da Alis Holding. L'obiettivo dichiarato della società è quello di conquistare il primo posto nell'air cargo italiano. A lato, Roberto Gilardini

Creatività, ricerca della qualità, flessibilità, ingegno. Gli aggettivi per descrivere il made in Italy sono tanti e non si riferiscono solo ai settori che ci hanno resi famosi nel mondo come moda, alimentare, meccanica. È sufficiente guardare la storia di molte aziende, come un'idea imprenditoriale è stata sviluppata, per riconoscere tra i fattori di successo proprio una certa italianità di fare impresa, qualunque cosa essa significhi. Il rovescio della medaglia è che, altrettanto spesso, questa stessa italianità sia l'origine di veri e propri paradossi che caratterizzano e, di fatto, penalizzano il nostro sistema paese. La storia e l'esperienza sul mercato di Cargoitalia,

vettore all'air cargo italiano al 100%, con sede a Lonate Pozzolo (VA) facente capo a una compagine proprietaria capitanata da Alis Holding (famiglia Leali), ne sono un esempio. Ma partiamo dal principio. Dopo l'esperienza di Air Dolomiti, fondata nel 1989 da Alcide Leali e venduta a Lufthansa nel 2004, Alis Holding decide di entrare nel settore Cargo fondando nel 2007 Alis Aerolinee Italiane con l'obiettivo di acquisire nuovi aeromobili (Airbus 330 Freighter) e procedere a un ingresso piuttosto aggressivo sul mercato entro il 2010. Un programma ben strutturato che però viene stravolto quando nel 2008 uno scenario quasi apocalittico del comparto cargo

italiano apre nuove possibilità. In quel periodo infatti i tre principali player italiani, Cargoitalia, Ocean Airlines e Alitalia LAI, stavano uscendo di scena. Da un contesto in cui agivano un totale di 10 aeromobili di proprietà italiana si stava passando alla totale assenza di operatori nazionali e la proprietà di Alis sente la necessità di accelerare l'ingresso nel mercato. Un ingresso che viene messo in atto da un lato acquistando a fine 2008 Cargoitalia rilevandone anche i certificati di aviazione, l'autorizzazione ENAC, i diritti di traffico, e dall'altro acquistando alcuni assets della divisione all'air cargo di Alitalia, decisa ad abbandonare questo tipo di mercato. In particolare viene siglato un accordo che prevede l'acquisizione da parte di Alis di spare parts degli aerei, di due motori e l'assunzione di piloti abilitati a pilotare gli MD 11. La definizione di un accordo con Alitalia per la fornitura di un servizio di manutenzione degli aeromobili presso l'aeroporto di Milano Malpensa, completa la base per il rilancio della neo-costruita società. Il primo aprile del 2009, con

l'"hardware" mutuato da Alitalia e i "software" ereditati dalla precedente gestione, nasce la nuova Cargoitalia. Il progetto si rivela una vera e propria sfida: riorganizzare completamente la società e ridefinire il network creando un'offerta competitiva ed efficiente in grado di catturare l'interesse delle aziende italiane esportatrici e, soprattutto, di competere con i big player ben consolidati sul mercato. Il primo passo è stato creare la flotta, oggi a quota 3 MD 11 - due dei quali di provenienza Alitalia integrati a giugno e a settembre 2009 e il terzo acquisito

da Boeing Capital dopo la riconversione da trasporto passeggeri a cargo nel luglio 2010 (la società ha comunque già siglato una lettera di intenti con Airbus per la consegna, a partire dal 2012 di 5 aeromobili A330-200F, con un'opzione per ulteriori tre macchine, N.d.R.). Su queste basi nel giro di due anni Cargoitalia ha messo a punto un network che tocca le principali destinazioni di import/export in Asia, Medio Oriente, Stati Uniti e Africa con voli bi-settimanali da Malpensa a Hong Kong - la prima tratta attivata dalla compagnia nel giugno 2009 e tramutata in linea nel settembre dello stesso

I servizi offerti

- Servizi di linea dedicati al trasporto di general cargo, deperibili, dangerous goods, animali vivi ed altre merci speciali, su destinazioni specifiche secondo orari e giorni prestabiliti.
- Voli charter dedicati al trasporto di merce verso qualsiasi destinazione
- ACMI (Aircraft, Crew, Maintenance and Insurance) servizi di wet-lease offerti sia per voli singoli che per programmi specifici
- Servizi di controllo doganale in tutta Europa
- Servizio road feeder da/per Milano Malpensa

La mission

“Essere l'autentico Made in Italy del cargo a supporto dell'economia e della competitività italiana valorizzando risorse e professionalità con l'obiettivo di diventare la compagnia italiana per il cargo intercontinentale tra i leader in Europa.”

■ SELPRESS ■
www.selpress.com

il GIORNALE della LOGISTICA

TECNOLOGIA 71



Librea tricolore per Cargoitalia che, con una flotta di tre MD 11, ha messo a punto un network che tocca le principali destinazioni di import/export in Asia, Medio Oriente, Stati Uniti e Africa

anno - con scali a Dubai e Sharjah (cruciale gateway di ingresso in Iraq e Afghanistan delle truppe USA a cui Cargoitalia ha fornito supporto logistico, N.d.R.); altrettanti verso New York e Chicago con collegamenti nell'Africa sub sahariana garantiti da partnership con i vettori Africa West Airlines (Togo) e TAAG Angola Airlines e la possibilità di effettuare voli cargo charter su richiesta.

Difficoltà e opportunità

"Due anni molto intensi" li definisce Roberto Gilardoni, re-

sponsabile commerciale "uscente" di Cargoitalia che ha seguito dall'inizio questa avventura imprenditoriale, dopo una lunga esperienza internazionale maturata in DHL e presso l'aeroporto di Brescia Montichiari dove ha ricoperto il ruolo di Managing Director con la responsabilità dello sviluppo delle attività cargo dell'aeroporto.

"Intensi - continua - soprattutto in considerazione del fatto che Cargoitalia è partita nel 2009, forse l'anno peggiore nella storia dell'aeronautica in generale e del cargo in particolare.

Tuttavia nel 2009 abbiamo assistito ad una ripresa del mercato piuttosto robusta che ha fatto da prologo a una prima metà del 2010 estremamente positiva, poiché coincidente con la necessità da parte delle aziende di creare una nuova inventory, a cui è però seguito un nuovo calo dei traffici." Un mercato instabile e difficile da interpretare, reso ancora più schizofrenico da fattori esogeni quali per esempio l'aumento del prezzo del carburante, cresciuto del 50% nel giro di tre mesi, e il profondo cambiamento in atto nel tessuto industriale cinese. "Fino a qualche mese fa i volumi principali partivano dalla Cina - ci spiega Gilardoni - ma oggi, per la prima volta, ci siamo confrontando con una recessione della produzione le cui conseguenze nel medio periodo non sono ancora prevedibili. Per questo motivo nel 2011 abbiamo bloccato l'avvio di nuovi voli verso l'Asia e ci siamo orientati su mercati emergenti come l'Africa, caratterizzato da un grande potenziale, sia sotto il profilo delle risorse, sia sotto quello dello sviluppo del traffico aereo, ma nel contempo estremamente difficile vista la generale carenza di infrastrutture e operatori logistici specializzati".

Cargoitalia does it faster

Cargoitalia ha ricevuto esclusiva approvazione dai servizi di dogana italiani nel poter presentare il modello elettronico T1 a partire dal 1 Settembre. Questa iniziativa permetterà alla compagnia aerea di ridurre i tempi di transito per le merci in entrata, la cui consegna finale è su strada. Il modello T1, utilizzato in tutta Europa, comprende tutte le spedizioni provenienti da paesi al di fuori dell'UE, nonché quelle via terra con destinazione finale UE. Il sistema manuale utilizzato precedentemente richiedeva la presentazione del documento cartaceo entro il consueto orario d'ufficio doganale: da Lunedì a Venerdì orario 09.00-18.00 ed il sabato 09.00-14.00. Ora invece, utilizzando un collegamento diretto tra il proprio sistema informativo e quello delle dogane locali, Cargoitalia può presentare il modello T1 elettronicamente 24 ore su 24, 7 giorni su 7. A meno che i servizi di dogana non richiedano un'ispezione sul luogo, la merce è quindi libera di essere trasportata immediatamente verso la sua destinazione finale. Cargoitalia è l'unica compagnia aerea in Italia ad aver ottenuto l'approvazione ad utilizzare la procedura semplificata.

"Tramite questa nuova procedura elettronica - ha commentato Felice Campi, Post Holder Ground Operations Cargoitalia - saremo in grado di trasportare la merce in maniera tempestiva e saremo in grado di rendere un servizio sempre più di qualità ed affidabilità al cliente; questo significa che potremo fare in modo che il carico venga consegnato ai nostri clienti il mattino seguente all'apertura del loro magazzino, anche se il cliente è distante da Milano. Il cliente verrà quindi accontentato anche in caso di richiesta di consegna mattutina di fuori del consueto orario lavorativo."

Cargoitalia si rivolge agli spedizionieri attivi per lo più nei settori di automotive, componentistica e alta moda, per i quali è conveniente servirsi di questo

tipo di trasporto.

"Per via aerea viaggia il 2 - 3 % della merce circolante in termini di quantità pari però al 40% del valore complessivo" - sottolinea

DATILOG YOUR SAP® LOGISTIC PARTNER

Con un know how consolidato e oltre 15 anni di esperienza nella gestione integrata della logistica di magazzino e dei trasporti, Datilog ha scelto SAP EWM, la soluzione innovativa rivolta all'operatività di magazzini con elevati livelli di complessità.

Una soluzione a 360° che, in chiave di massima integrazione SAP, consente un'ottimale controllo delle unità di movimentazione, delle risorse di movimentazione e degli spazi disponibili, ed è in grado di fornire massima flessibilità logistica con un concreto valore al business della tua azienda.

www.datilog.it



Datilog è una società del Gruppo Exprivia

Datilog
SAP EXPERT IN LOGISTICS

■ SELPRESS ■
www.selpress.com

72 TECNOLOGIA

il GIORNALE della LOGISTICA

Gilardoni che aggiunge: "L'Italia è fra i principali esportatori a livello europeo e mondiale e rappresenta il secondo mercato air cargo in Europa: un mercato importante quindi, che crediamo meriti il presidio di un operatore nazionale che sia efficiente, competitivo e in grado di fornire un reale valore aggiunto alle imprese italiane." Un obiettivo ambizioso ma realistico che però deve fare i conti con alcune peculiarità, o forse sarebbe meglio chiamarle "paradosi", del nostro contesto. "Il primo - spiega Gilardoni - riguarda il fatto che tutto l'export gestito dai principali vettori attivi

in Italia non parta dall'Italia ma dagli scali principali delle compagnie all'estero". Si tratta del famoso avio camionato che se da un lato appesantisce il servizio di air cargo, penalizzandolo sul mercato a tutto vantaggio di altre modalità di trasporto, dall'altro apre delle possibilità a chi, come Cargoitalia, intende rivolgersi al mercato di alta gamma puntando sull'offerta di un servizio competitivo grazie proprio alla partenza diretta dall'Italia. Anche se, ammette Gilardoni "la fidelizzazione non è semplice all'interno di un mercato della logistica dove i principali spedi-

zionieri sono stranieri e tendono quindi a rivolgersi ai loro vettori di riferimento." Questa considerazione porta dritto al secondo paradosso. "Nella catena del general cargo - chiarisce Gilardoni - si contano da 25 a 30 passaggi. Un'enormità che provoca, oltre alle inefficienze aggravate dal generale scarso livello di informatizzazione nel settore, anche una massiccia dispersione dei margini rendendo il vettore uno dei segmenti "poveri" della catena, fino all'assurdo che la parte volata sia spesso considerata una commodity mentre dovrebbe essere uno dei primi fattori di

Cronistoria di una rinascita

Aprile 2009	Cargoitalia passa sotto la gestione di Alis Holding (66,7% - 33,3% Intesa San Paolo)
Maggio 2009	Acquisizione del primo MD11SF per trasporto merci
Luglio 2009	Ricezione del COA, Certificato di Operatore Aereo;
Agosto 2009	Acquisizione del secondo velivolo MD11SF: avvio delle operazioni charter ad hoc
Settembre 2009	Avvio voli di linea su Hong Kong e New York
Inizio 2010	Introduzione nel suo network di Dubai e Chicago
Maggio 2010	Acquisizione del terzo aereo MD11SF
Settembre 2010	Avvio operazioni bisettimanali a Shanghai
Febbraio 2011	Avvio operazioni bisettimanali ad Atlanta, USA
Luglio 2011	Sigla partnership con Africa West Cargo

Numeri
in alta quota

103	Dipendenti di cui
45	Personale di volo
3	Aeromobili MD11 SF
6	GSSA rappresentanti Germania, Svizzera, Dubai, Hong Kong, New York, Chicago
1.900	tons/mese movimentate in export



La società, rilanciata nel 2009, ha saputo ritagliarsi uno spazio significativo all'interno del panorama nazionale ed europeo, con una media di 1.900 tons al mese di merce in export e picchi di performance come la conquista del 30% di market share nei traffici verso Honk Kong e del 50% in quelli verso Chicago

scelta, dal momento che ci sono merci che necessariamente devono circolare via aria". Un effetto, anche questo, della generale arretratezza della cultura logistica che ancora caratterizza molte realtà produttive. Emblematica in questo senso è la straordinaria diffusione dell'ex works (*franco destino, N.d.R.*): un dichiarato abbandono da parte dell'azienda che sceglie questa modalità di consegna non solo del controllo di una parte fondamentale della catena logistica ma anche di un processo a grande valore aggiunto.

Al netto di tutto questo Cargoitalia ha saputo ritagliarsi uno spazio significativo all'interno del panorama nazionale ed europeo, con una media di 1.900 tons al mese di merce in export e picchi di performance come la conquista del 30% di market share nei traffici verso Honk Kong e del 50% in quelli verso Chicago. L'obiettivo dichiarato della società, conferma Gilardoni, è quello di conquistare il primo posto nell'air cargo italiano: i piani di sviluppo ci sono, ci sono le opportunità ma, soprattutto, c'è l'intenzione di coglierle. ■

BINGO
ZINC

INOX e ZINCO a difesa dell'igiene e della durata del carrello.

- Bingo Zinc è l'unico carrello al mondo con zincatura a caldo ad immersione totale.
- Totalmente lavabile ogni volta che vuoi e subito utilizzabile.
- Risolve ogni esigenza d'igiene e sicurezza alimentare (HACCP).
- Oltre alla zincatura, ha delle parti in acciaio Innox AISI 316 e protezione stagna su ogni componente elettrica.
- Anche in caso di urti, non fa ruggine.
- Non genera costi di manutenzione dovuti alla ruggine.
- Senza ruggine dura più del doppio di un carrello soggetto a corrosione.
- Insostituibile per chi lavora carni, pesce e molluschi, formaggi, verdure.
- Impareggiabile per chi vuole spendere meno, lavorare di più e meglio.
- E come tutti i carrelli Montini, è garantito 30 mesi o 4000 ore di lavoro.

Bingo Zinc. L'igiene, il risparmio e la durata sono il suo forte.

IT - 48010 Cotignola RA - Via G. Bertini, 7/9
fax 0545. 42127 - info@montini.biz

Per info e contatti:
tel. 0545. 991051

CIBUS TEC 2011
Pad. 6 - Stand B 054

MONTINI
Tecnologia - senza problemi
www.montini.biz