

Malpensa e Hupac: i due punti di forza della logistica

Pubblicato: Giovedì 28 Maggio 2015



Industria, turismo ma, soprattutto, logistica. Del presente e del futuro del territorio si è parlato questa mattina, giovedì 27 maggio, **all'Università dell'Insubria**, nel corso dell'incontro organizzato **all'interno di Panorami d'Italia**.

Terza provincia per flussi turistici, **Varese vanta uno scalo come quello di Malpensa ma anche il principale snodo ferroviario privato (Hupac)** che, da soli, rappresentano **due punti nevralgici della mobilità delle merci**.

È stato il **professor Fabrizio Dallari**, direttore del **centro di ricerca logistica di Liuc** a segnalare una peculiarità che, a volte, sfugge ai più, per esempio ai giovani studenti dell'Isis Keynes ospiti dell'incontro: « **La Lombardia, da sola, ospita un terzo delle attività di logistica d'Italia.** Con i suoi 90.000 addetti, le 18.000 imprese e i 10 miliardi di euro di fatturato annui, questa industria è certamente quella che, in questo momento, vive un momento di espansione ed è alla ricerca di nuove energie. **Non parliamo solo di braccia, ma anche di menti capaci di organizzare i flussi mondiali delle merci.** Il tempo è un fattore cruciale e creare sistemi di mobilità efficaci, efficienti e veloci è l'obiettivo futuro di ogni modello economico. Il nostro tessuto industriale, prevalentemente manifatturiero, è certamente alla ricerca di organizzazioni logistiche efficienti, ma anche i **nuovi mercati digitali hanno altrettanto necessità di organizzazione di raccolta e distribuzioni dei beni** con uguale precisione. Pensate ad Amazon che ha aperto una sede a Piacenza, crocevia di importanti autostrade».

Strade ma anche aeroporti se è vero, come è vero, che **Malpensa** ha da tempo dismesso il ruolo di hub

per **investire nel settore cargo**, dove si prevedono ulteriori margini di crescita: « Oggi questo scalo è il quinto per traffico merci in Europa – ha spiegato **Claudio Del Bianco direttore delle Relazioni esterne di SEA** – Arriviamo dopo Francoforte che movimentata due milioni di tonnellate di merci all'anno, di Parigi che sposta 1,9 milioni di tonnellate, Londra con 1,8 milioni e Amsterdam con 1,4 milioni. **La nostra quota è di 500.000 tonnellate**, ben distanti dalle regine della classifica, ma certamente in crescita se pensiamo che Fiumicino ne ha 150.000. Il nostro, però, è un risultato che è frutto di una precisa politica di investimento: **abbiamo investito 30 milioni di euro e ne aggiungeremo altri 70** per intercettare quella fetta di merci che ancora preferiscono altri sistemi di viaggio. Nella nostra provincia si produce un milione di beni: oltre la metà, dunque, preferisce la gomma o la ferrovia. Dobbiamo riuscire a recuperare altra fetta di mercato».

Crescita e investimenti ma anche **idee nuove**. Sono quelle a cui ha fatto riferimento **Maria Cristina Farioli direttore del settore Sviluppo Innovazione e Mercati di IBM**: « Una città è attrattiva se lo è la sua mobilità. E quando parlo di mobilità penso a tutti i mezzi, pubblici, privati e, soprattutto, i mezzi pesanti. Se ci occupiamo solo della mobilità industriale facciamo riferimento a un sistema che connette il mondo intero non solo materialmente ma anche attraverso **flussi di dati, informazioni che vengono raccolte da sistemi e software in grado di codificarli e rileggerli** mettendo in evidenza informazioni utili per lo sviluppo ulteriore. Poi c'è tutta la parte **“share economy”** che sta avanzando. Si tratta di gruppi che mettono a disposizione beni e servizi senza averne la proprietà: pensate a “blablacar” che connette persone in cerca di passaggi automobilistici, pur non avendo la proprietà delle auto. Si tratta di innovativi sistemi di connessione che hanno bisogno di “nuove skill”, capacità e idee innovative».

Meno entusiasmo per il futuro è stato espresso da Giorgio Girelli vicepresidente di MV Agusta che ha messo sul piatto le enormi difficoltà che incontrano gli imprenditori in un paese che : « **non ha la minima politica imprenditoriale**. Non ha idee o strategie a supporto dello sviluppo. Noi abbiamo un bene di lusso e il nostro mercato è per l'85% all'estero ma viviamo la terribile sensazione di essere **isolati nel sistema produttivo italiano**. I nostri clienti sono pronti a spendere molti soldi per avere il prodotto perché ne apprezzano l'elevata qualità. Per mantenere il passo, però, dobbiamo investire nella ricerca e nell'innovazione e, in Italia, non troviamo alcun alleato disposto a sostenerci in questa politica di innovazione. I nostri competitor in Germania sono totalmente finanziati dallo Stato nel campo della ricerca. Il nostro è un settore basato sull'esistenza di moltissimi piccole realtà iperspecializzate. Nel momento in cui vengono meno, però, scompaiono del tutto perché non c'è una politica di supporto e sviluppo alla filiera produttiva. Fare l'imprenditore in Italia è una missione da pazzi o da eroi».

Alessandra Toni

alessandra.toni@varesenews.it