



**Renzo Sartori**  
Consigliere Delegato  
**NUMBER1**

**I**l mercato della logistica vede emergere alcune caratteristiche particolari, specialmente nel settore in cui opera Number1, il food&grocery e FMCG. L'aspetto della specializzazione è un valore sempre più importante in quanto le richieste dei clienti sono sempre più stringenti. Il secondo aspetto è sicuramente quello della legalità; vi sono fattori esterni alla logistica che risultano sempre più determinanti, e inevitabilmente stanno cambiando il panorama della domanda dei servizi logistici. **Vi è un'esigenza di legalità che diventa fattore di sviluppo, al di là di logiche di mortificazione del mercato e di corsa al ribasso.** È necessario che le regole del gioco siano sempre più chiare, e questo è diventato un importante elemento di sviluppo del mercato; anche a causa di situazioni, a volte estreme, che si sono verificate nell'ultimo anno, frutto di un atteggiamento poco lungimirante da parte dei committenti. Ciò detto, l'outsourcing strategico di servizi logistici è in crescita, e questo significa che non manca la domanda da parte dei committenti ai quali si deve rispondere con più specializzazione e soprattutto più trasparenza. E, naturalmente, con un percorso di innovazione continuo, nel solco dei concetti legati all'Industry 4.0.

Questo è infatti uno degli altri importanti fattori di sviluppo della logistica. Con Industria 4.0 s'intendono, non tanto le tecniche di produzione o automazione di fabbrica, quanto i processi di innovazione che riguardano nel contempo sia il prodotto che le procedure. **Questo il filo conduttore di un panorama logistico che è in costante evoluzione: aumenta la terziarizzazione di tipo strategico e di conseguenza la logistica evolve, non è più qualcosa di statico.** I committenti per primi si stanno rendendo

conto che la domanda dei loro clienti è sempre più complessa. Con riferimento al mondo alimentare, rifornire un centro distributivo della GDO non è più una cosa semplice perché vi sono diverse criticità da soddisfare. Il centro distribuzione non può più accumulare scorte senza limiti, come si faceva una volta; le scorte significano denaro immobilizzato e costi di superficie.

L'imperativo è dunque diminuire le scorte ma la merce sugli scaffali deve comunque arrivare. Quindi: aumentare i rifornimenti, diminuendo il volume degli ordini, e nel contempo intensificando il numero di consegne. Di conseguenza, la puntualità diventa fondamentale e con questa l'esigenza di pianificazione, dall'una e dall'altra parte, per non perdere il controllo sui costi di trasporto.

**Se allora, la GDO tenta di scaricare le responsabilità sulla produzione, e questa sulla logistica, ecco che il nostro servizio deve diventare sempre più scientifico, per soddisfare una domanda complessa e sofisticata.**

Stiamo lavorando intensamente sul tema dell'inquinamento generato dai trasporti. Guardiamo con molta attenzione alle motorizzazioni alternative, come il metano o le versioni ibride. Ci stiamo occupando anche di progetti che riguardano la saturazione e la concentrazioni dei carichi sui veicoli; per Number1 questo è sempre stato un punto prioritario.

Un altro progetto di sinergia e concentrazione che abbiamo avviato prevede un'attività di lavoro nelle ventiquattr'ore. Si tratta per noi di un nuovo progetto con il quale cerchiamo di utilizzare le ore notturne per smistare e indirizzare le nostre merci lungo la rete della distribuzione. In pratica, l'idea è quella di gestire i nostri hub nello stile dei corrieri espresso, smistando e trasferendo la merce durante la notte, in modo da evitare che i camion viaggino di giorno, quando le strade sono decisamente più impegnate. **Uno dei nostri obiettivi è quello di rendere sempre più diretta la distribuzione, evitando per quanto possibile il transito della merce per hub intermedi e, ancora, concentrando i prodotti in mezzi sempre più grandi, per ridurre il numero dei veicoli circolanti.**

Altro progetto che riteniamo molto importante è la dematerializzazione dei processi amministrativi e degli scambi di filiera. Il concetto è quello di eliminare l'uso della carta, incrementando l'utilizzo di tecnologie portatili sia in magazzino che lungo la strada, eliminando i documenti fisici, dalle bolle di consegna alle fatture. Vogliamo un archivio interamente paperless e ci aspettiamo da questo progetto un buon incremento di efficienza.

Concludendo, in termini di fatturato, i nostri risultati aziendali confermano la stabilità dell'azienda: questo per noi è un elemento positivo, perché sta a significare che la diminuzione del fatturato legato al nostro principale cliente è stato compensato dall'aumento di fatturato di Number1. Per il 2017 i presupposti sono estremamente interessanti, quindi prevediamo una crescita significativa. Possiamo anticipare che stiamo aprendo magazzini e hub importanti in Italia, con particolare riferimento all'area di Milano ma con un aumento in generale della nostra copertura territoriale. ◆