



EVENTI

FINANZIAMENTI

AGROALIMENTARE

COMMERCIO

TURISMO

Interviste

Logistica internazionale: intervista a Francesco Isola, Managing Director di RIF LINE ITALY SPA

dicembre 06, 2017

SHARE



Nel primo semestre del 2017 Rif Line ha accresciuto in modo significativo sia i volumi che i ricavi. Nel dettaglio abbiamo aumentato del 38% le spedizioni e del 42% i TEUS rispetto allo stesso periodo del 2016. Tutto ciò ha generato un sensibile incremento di fatturato che a maggio ha visto un aumento del 62% rispetto allo stesso periodo dello scorso esercizio, e ciò nonostante che il ramo di business del settore della logistica sia stato conferito nella società controllata CSI alla fine del 2016



Un semestre di crescita straordinaria, complimenti! A cosa è dovuto questo straordinario successo?

Cerca nel Magazine

Search Here...

Articoli più letti



La missione commerciale della Regione Siciliana a Chicago

polarizza l'interesse degli operatori americani



Media Relations, il metodo americano spiegato in

un libro



Gabriele Chiarini (Studio Legale Chiarini): gli

errori medici sono spesso responsabilità delle strutture

Occorre dire per onestà che veniamo da un anno molto complesso, che aveva visto un forte rallentamento del settore, soprattutto per la riduzione della produzione cinese. Ma i risultati che abbiamo avuto vanno ben al di là di un semplice “rimbalzo” del mercato: si tratta di una strategia a medio e lungo termine che sta dando i suoi frutti, soprattutto permettendoci di aumentare il numero dei clienti effettivi. Al di là dei numeri, questo è il vero segnale di una azienda sana, in costante crescita.

Veniamo da un periodo non facile per la logistica internazionale, che prospettive vede per il settore?

La Logistica internazionale è sostanzialmente la spina dorsale dell'economia mondiale. La globalizzazione ha trasformato quasi tutti i business e la logistica rappresenta la base operativa di chiunque operi a livello internazionale. Di conseguenza ritengo che il settore abbia grandi prospettive di sviluppo. La crescita dell'e-commerce, le forme più innovative di de-localizzazione, portano anche la logica stessa a non essere più quella di una volta. Noi non siamo più quelli che “spediscono” merce, ma siamo parte integrante del business. Moltissime aziende ormai acquistano parti di prodotti in luoghi diversi del mondo, le assemblano, le spediscono in luoghi ancora diversi. Il ruolo di una azienda come la nostra quindi diventa del tutto strategico ed è anche per questo che quello che offriamo ai nostri clienti, e che i nostri clienti apprezzano evidentemente, è la capacità di costruire progetti “su misura”.

Progetti che diventano poi parte integrante del loro modello organizzativo: dal magazzinaggio allo stoccaggio, dal trasporto vero e proprio al tracciamento digitale delle merci.

Dopo il rallentamento del 2016, le previsioni generali sull'economia internazionale sugli scambi, sono comunque estremamente incoraggianti: per il 2017 il Fondo Monetario Internazionale prevede una crescita globale del 3,5%, in

Frontiercities2: Ultimi giorni per partecipare al bando per start-up e PMI nel settore delle Smart Cities!



RE.DA. la startup che stampa cucine in cartone

identiche a quelle vere è stata presentata al FIDEC

Argomenti

Agroalimentare

Amcham Italy

Avvocato Internazionalista

Carriere

Commercio

Comunicati

Diplomazia

Eventi

Finanziamenti

Formazione

Frontpage

Geopolitica

Iniziative

Interviste

Lavoro

Libri

News

Turismo

Video

Zagamilaw

Partnerships

Giornale Diplomatico
QUOTIDIANO ONLINE DI INFORMAZIONI E OPINIONI

accelerazione rispetto al 3,2% del 2016. Tale incremento è legato soprattutto alla ripresa stabile delle economie avanzate il cui tasso di crescita, come si diceva è atteso intono al 2,0% ed alla crescita delle economie emergenti che dovrebbero espandersi al tasso del 4,6%.

In tutti i modi molti dei fattori che frenano il commercio mondiale sono poco rilevanti per l'internazionalizzazione italiana, fatta più di qualità che quantità esportata. Per coglierne davvero le opportunità, gli scenari verso il 2018 pongono però anche diverse sfide ai principali comparti. La Meccanica in particolare dovrà confrontarsi con uno scenario di domanda mondiale in ripresa, ma su ritmi contenuti (2,4% medio annuo nel biennio) a causa di investimenti mondiali ancora sottotono. Saranno migliori però le prospettive per quanti nel settore sapranno intercettare nuovi orizzonti (Vietnam, Indonesia e Africa meridionale tra i principali mercati di frontiera), o per quanti andranno a soddisfare la domanda di tecnologia dei paesi avanzati (Stati Uniti e Germania i più rilevanti per dimensione e crescita) puntando su personalizzazione e servizi per vincere la sfida competitiva dentro mercati sofisticati, ma per questo più remunerativi.

Quali sono a suo avviso i fattori negativi e quelli positivi che potranno influenzare in modo significativo il settore per i prossimi anni?

E' evidente che atteggiamenti protezionistici da parte di alcune nazioni complichino le cose. Così come gli scenari di instabilità politica o gli episodi di terrorismo, che rallentano fortemente il commercio internazionale in certe aree. Ed anche in Italia certe lungaggini burocratiche delle dogane e la normativa fiscale sono notoriamente un costante freno per lo sviluppo. Ma si tratta di aspetti e problematiche inevitabili, che fanno parte del gioco tutto sommato. Credo che la tendenza ad una sempre più forte interconnessione economica, e quindi di sempre più ampi scambi internazionali, sia destinata a crescere ulteriormente ed

**MEDIA
RELATIONS**

★ IL METODO AMERICANO ★

Acquistalo subito su

MONDADORI
STORE

in tale scenario ci sarà sempre più bisogno di una logistica evoluta, tecnologicamente e strategicamente. Una logistica che sappia progettare, affiancare, consigliare, rappresentare.

Quali sono i vostri progetti di sviluppo più immediati? E quelli a più lungo termine?

Nel settore della logistica internazionale c'è la tendenza ad una forte concentrazione verso i grandi gruppi internazionali, questo perché è fondamentale essere presenti nei paesi che sono snodo della produzione o del consumo. Per questo la strategia che stiamo seguendo ormai da tempo è quella di accrescere il nostro network internazionale, in modo di essere presenti sui principali mercati attuali ed in quelli che riteniamo essere i possibili protagonisti del futuro. In questi mesi e nei prossimi, intendiamo quindi rafforzarci in India e nei paesi di quell'area, dal Pakistan al Myanmar e fino al Giappone. Crediamo comunque che ci sia un grande spazio per realtà come la nostra, che non è certo un "grande gruppo", ma che proprio per le sue medie dimensioni può affiancare meglio le imprese, in modo più personalizzato, in particolare le imprese più piccole, che comunque da tempo ormai si sono compiutamente internazionalizzate. E questo vale ancora di più per l'Italia, dove esistono centinaia di imprese di medie dimensioni che rappresentano vere eccellenze e che non sempre trovano il partner giusto per il mercato globale.

L'altro fronte su cui lavoreremo a breve e medio termine è lo sviluppo tecnologico: ci siamo dotati da non molto di un innovativo sistema di tracciamento satellitare, che permette di far sapere al cliente ogni singolo spostamento della merce, in tempo reale. Ma crediamo che sul fronte del digitale si possa e si debba ancora fare molto per innovare e rendere efficiente il sistema. In generale, come ho avuto modo di scrivere nella mia lettera ai soci in occasione della presentazione dell'ultimo bilancio, vogliamo continuare a crescere, ma sempre unendo il coraggio con una lista prudenza.

SHARE



ARTICOLI CORRELATI:



Una voce ancora più forte per gli italiani all'estero

"La



Giuseppe Caltabiano è il nuovo Content Marketing Chief



De Priamo (Ipermedia CDE), vice president e di COMEASS



L'industria italiana ha ingranato la marcia giusta

"La crescita



Angelo Deiana assume la presidenza 'ad interim' del



Stefano Cianciotta, un abruzzese alla guida dell'Osservatorio



Pasquale Incarnato, Around You Communications

Esperto in



Attilio Lombardi, founder di ItalCommunications, entra nel Consiglio



Gabriele Chiarini (Studio Legale Chiarini): gli errori medici



Carmelo Cutuli è President e di CONFASSOCIAZIONI Comunità



Michele Lampugnani, President e Confassociazioni



De Priamo (Ipermedia CDE), vice president e di CONFASS

BLOG COMMENTS

FACEBOOK COMMENTS 0

Internazionalizzazione d'Impresa

all'internazionalizzazione
d'Impresa.

E' una pubblicazione non
soggetta a registrazione in
quanto non utilizza contributi
e agevolazioni pubbliche,
*(art. 3-bis - legge 16 luglio
2012 , n. 103).*

Editore e Direttore

Responsabile:

Dr. Carmelo Cutuli - P.IVA
14721161009

Info e contatti:

impresainternazionale@cutul
iconsulting.it

