



Shipping Aumenta la domanda per gli specialisti di logistica mercantile

Sapore di mare per i manager

Caccia delle imprese agli executive della supply chain e ai responsabili marketing per le attività portuali

Imprenditori del mare a caccia di manager. Con uno speciale identikit per le spedizioni marittime. Ai tempi del mercato globale, infatti, il supply chain manager deve avere una visione integrata e internazionale della logistica mercantile. «È una figura strategica per rilanciare l'Italia come hub distributivo al pari di Olanda, Belgio, Germania e ora anche Polonia», afferma **Riccardo Fuochi**, vicepresidente Propeller nazionale, l'associazione per la promozione dei trasporti marittimi, terrestri e aerei che riunisce 1.300 tra imprenditori del settore (80%), avvocati e consulenti. «Non solo il sistema non facilita le cose con dazi e balzelli tutti italiani, ma considera la logistica ancora al servizio della produzione e non come traino per lo sviluppo», rincara Fuochi. Che, in questa evoluzione «global» del manager mercantile, vede una carta vincente da giocare, puntando anche su una formazione



Fulvio Luise
Presidente
di Federagenti
yachting

ad hoc, che però è tutta da inventare. «Mio figlio deve frequentare il master a Hong Kong, perché in Italia non c'è niente di simile. Giusto qualche modulo isolato a ingegneria gestionale o nei corsi di logistica», continua Fuochi. Nulla che integri tecniche di trasporto, diritto doganale, sbarco, movimentazione, gestione dei terminal portuali, smistamento, centri logistici. Forse attingere alla palestra delle multinazionali per queste competenze allargate? «Direi di no, perché la pmi italiana ha bisogno di decisori, non di passacarte e di visione generale, non parcellizzata», sentenzia Fuochi. Spedizioni e logistica marittima, che valgono 6,7 miliardi di euro dell'economia marittima (39,5 miliardi di euro secondo il quarto rapporto Censis-Federazione del mare), hanno invece bisogno di manager a tuttotondo per affrontare le sfide della globalizzazione, integrando i servizi in modo efficiente e



applicando le economie di scala (sugli 80-90 mila euro all'anno di busta paga). Una nuova figura del settore è anche il marketing manager delle autorità portuali, di cui i nostri porti si stanno dotando. Hanno iniziato Venezia, Genova e la Spezia, che aggrediscono i mercati complessi del Centro e Nord Europa. Sono economisti da 80-90 mila euro lordi l'anno, con competenze di marketing, che analizzano le possibilità di mercato e sviluppano iniziative di promozione nel mondo. «La spinta è venuta dal fatto che,



NUMERI TRA LE ONDE

(dal IV rapporto dell'economia del mare Censis-Federazione del mare)

39,5 MILIARDI DI EURO LA PRODUZIONE DI BENI E SERVIZI
2,6% DEL PIL **9,7 MILIARDI DI EURO** EXPORT (**3,3%** DELL'EXPORT NAZIONALE) **13,9 MILIARDI DI EURO** COSTI INTERMEDI E INVESTIMENTI FISSI (**4,9%** DEGLI INVESTIMENTI ITALIANI),
213.000 ADDETTI DIRETTI **265.000** ADDETTI DA INDOTTO
1.000 NUOVI ADDETTI IL MOLTIPLICATORE DELL'OCCUPAZIONE

Uomo libero, sempre avrai caro il mare
Charles Baudelaire



Quale impresa Nasce Build it up

Piccoli trainer crescono

Passare dalla teoria alla pratica e fare impresa. Questa l'ambizione della neonata Build it up, associazione che si propone come facilitatore per la creazione di start-up, promossa da tre giovani studenti del master in management di Escp Europe, la business school internazionale presente a Torino. E siccome di questi tempi non sarebbe sostenibile un servizio di privati per giovani di belle speranze ma squattrinati, Build it up nasce come associazione non profit. «Il nostro obiettivo è di creare una rete virtuosa di mutua assistenza tra giovani, senza alcuna partecipazione economica nelle imprese che ce la faranno. Piuttosto chiederemo loro, ma senza obbligo, di dare una mano ai giovani che verranno dopo di loro, come testimonial di esperienze di successo», spiega **Marcello Tedeschi**, uno dei fondatori e presidente di Build it up. In pratica, per ogni idea inviata via mail (www.builditup.it) che supererà la prima selezione, verrà costituito un team di supporto con studenti di economia, comunicazione, design e ingegneria e architettura (a seconda del tipo di business) per fare lo studio di fattibilità, preparare il business plan e il piano di comunicazione. «Infine, faremo da sponsor all'idea presso banche e investitori in modo da rispondere a ogni tipo di domanda, che è la difficoltà principale in cui si imbattono gli aspiranti imprenditori», prosegue Tedeschi. L'associazione sta dunque coinvolgendo nel progetto studenti delle principali università e alcune figure senior di supporto, necessarie soprattutto all'inizio, oltre alla guida preziosa dei due membri senior, **Silvio Marengo**, direttore dei servizi corporate di Escp Europe Campus Torino, e **Marco Nespolo** di Bain Capital, che partecipano come privati.

G.F.

da quattro anni, le tasse sui volumi scaricati restano interamente alle autorità portuali per la gestione ordinaria e straordinaria del porto stesso. Così ora c'è tutto l'interesse ad attirare volumi in quantità e valore maggiori», spiega **Oliviero Baccelli**, vicedirettore del Certet, il centro di ricerca di Bocconi sulle dinamiche di sviluppo territoriale. Una figura di nicchia, ma altrettanto strategica per rendere attrattiva l'Italia ai superyacht che navigano nei nostri mari (un migliaio, ma 4.500 nel mondo), è l'agente marittimo, che punta all'efficienza nei servizi a terra e alla valorizzazione del territorio. Con l'obiettivo di aumentare i giorni di permanenza nei nostri porti. Gestisce circa 220 milioni di euro all'anno per un migliaio di barche, ma l'indotto stimato sarebbe di ulteriori 800 milioni con una permanenza annuale e non solo stagionale. «A patto che le istituzioni

vengano incontro al mercato con misure fiscali eque», racconta **Fulvio Luise**, presidente di Federagenti yachting. Nonostante la revisione di febbraio della tassa di stazionamento, infatti, che non colpisce più gli stranieri, quest'estate si sta registrando una flessione di traffico del 20-30%, poiché la pianificazione delle

rotte avviene molti mesi prima. Ma che skill deve avere l'agente marittimo? «A terra, è l'angelo custode dello yacht e dei suoi ospiti. Ha da espletare in modo efficiente le formalità burocratiche in capitaneria, polizia di frontiera e dogana e gestire le escursioni super esclusive degli ospiti», spiega Luise. I migliori sono assunti tutto l'anno (sui 70 mila euro) anche se il lavoro è stagionale,

proprio perché è difficile trovarli così abili e visto che neppure per loro esiste una formazione turistico-commerciale specifica.



Riccardo Fuochi
Vicepresidente
Propeller

Gaia Fiertler