## **VareseNews**

## 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 movimenta 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