



*Intervista con  
l'Amministratore  
Delegato di Maersk Italia  
Orazio Stella*

Primo operatore mondiale nel segmento Container, Maersk sposta nel mondo un totale di oltre 2,6 milioni di Teu movimentati da 563 navi e detiene una quota di mercato pari al 14,6% (Alphaliner, Marzo 2014). Maersk Italia opera nell'ambito del trasporto via mare containerizzato di merci da e per tutto il mondo. Tuttavia, le rotte principali da e per l'Italia rimangono il continente nordamericano e l'Estremo e Medio Oriente. In Italia lavora con 12 porti e sta per costituire insieme a MSC e CMA CGM il più grande colosso marittimo della storia della navigazione: la *P3 Network alliance*<sup>1</sup> che porterà importanti modifiche degli assetti mondiali del trasporto marittimo e portuale. Di questo e di tanto altro abbiamo discusso con Orazio Stella, l'amministratore delegato dell'azienda che sempre volentieri discute con noi dei temi legati al grande fenomeno della logistica.

***In relazione alla persistente crisi economica che sta coinvolgendo l'Europa e l'Italia qual è stata la "reazione" più immediata dell'azienda (più investimenti, più formazione, razionalizzazione dei costi, etc.)? A Vostro avviso la situazione economica è destinata a migliorare?***

La crisi economica ha spinto Maersk a reagire su diverse direttive, la più importante della quali è stata la scelta strategica di creare un'alleanza di lungo periodo con altri due importanti operatori globali, MSC e CMA CGM sulle principali direttive di traffico (Far East – Europa, Transatlantico e Transpacifico).

<sup>1</sup> Cfr. "P3 Network e gli equilibri mondiali del trasporto marittimo: Gioia Tauro e Napoli nella rete dei carrier", in [www.srm-maritimeconomy.com/short-reports/](http://www.srm-maritimeconomy.com/short-reports/).

Seppure siamo ancora in attesa dell'approvazione da parte delle autorità antitrust di Unione Europea, Stati Uniti e Cina, siamo certi che l'alleanza produrrà importanti effetti in termini di:

- Razionalizzazione della capacità offerta sul mercato, a fronte di un rallentamento della crescita della domanda di trasporto;
- Semplificazione e ottimizzazione del catalogo di prodotti e servizi offerti alla clientela (numero di porti serviti, frequenza delle toccate);
- Razionalizzazione dei costi operativi (super-slow steaming, bunker, etc.)

A ciò si aggiungono importanti obiettivi di ottimizzazione della struttura dei costi, quali:

- La razionalizzazione dei costi di agenzia, mediante ulteriori off-shoring di attività transazionali, mantenendo al contempo un focus elevato sulla qualità del servizio offerto al cliente e in generale sulla Customer Satisfaction;
- La revisione delle strutture organizzative centrali della Casa Madre, in ottica lean e di semplificazione.

Come per tutti gli operatori economici anche per Maersk è impossibile fare previsioni certe sugli andamenti globali o Europei. L'importanza di previsioni quanto più accurate possibile è comunque fondamentale, considerato che lo Shipping segue i trend mondiali di domanda e offerta di merci. Di sicuro, quindi, il nostro è un settore ciclico e tale resterà in futuro.

Quello che osserviamo ormai stabilmente è che tali cicli, che storicamente duravano dai 5 ai 7 anni, tendono ad accorciarsi durando 1 o al massimo 2 anni. Ci siamo assestati su un new normal, una situazione nuova, in cui cicli più brevi, e quindi minore stabilità rispetto al passato, rappresentano la regola.

Ne consegue che, essendo il nostro un settore capital & asset intensive, la chiave del successo sta nel saper "navigare" in queste nuove acque nel miglior modo possibile, restando cioè profittevoli e garantendo un ritorno certo sui capitali investiti dagli azionisti, pur in un contesto di forti oscillazioni. Per fare ciò siamo convinti che sia necessario perseguire l'obiettivo di essere leader nell'ottimizzazione dei costi.

### ***Per l'Italia, possiamo conoscere le principali aree di business dell'azienda, le rotte principali servite e le principali categorie di merci trasportate?***

Maersk Italia opera nell'ambito del trasporto via mare containerizzato di merci da e per tutto il mondo. Tuttavia, le rotte principali da e per l'Italia rimangono il continente nordamericano e l'Estremo e Medio Oriente.

La gamma di merci trasportate è molto ampia: le categorie merceologiche trasportate variano dai macchinari agli articoli metallici ed elettronici, dai mobili a cibo e bevande, senza dimenticare i prodotti chimici, le piastrelle, la carta da macero, il materiale metallico da riciclo.

***Qual è stato il fattore principale che hanno indotto Maersk a scegliere Genova come sede italiana?***

Genova è da oltre 25 anni la sede nazionale della nostra compagnia, così come di tutte le principali aziende che operano nello Shipping e in generale in tutto ciò che ha a che fare con il mondo marittimo (assicurazioni, brokeraggio, manning, etc.). La scelta di Genova è quindi naturale, in quanto pienamente in linea con le prassi del mercato.

***Quali sono, a Vostro avviso, i principali elementi di competitività che un porto deve avere per attrarre un grande Carrier come Maersk (disponibilità di banchine, servizi a terra di qualità, infrastrutture di collegamento)?***

Al di là di banchine, servizi efficienti a terra e infrastrutture di collegamento, è cruciale poter disporre di:

- fondali e mezzi di banchina (in primo luogo gru) adeguati a permettere di lavorare navi che viaggiano su rotte intercontinentali. La tendenza al gigantismo navale che contraddistingue il nostro settore dimostra che la capacità di operare navi di stazza sempre più elevata è fondamentale per lo sviluppo portuale;
- infrastrutture tecnologiche avanzate per la gestione della documentazione e in generale del carico in entrata e in uscita dai terminal (pratiche doganali, gate-in/gate-out container, etc.).

***Maersk realizza investimenti in ricerca e innovazione tecnologica e di che tipo?***

Sì, Maersk investe in maniera importante in ricerca e innovazione tecnologica, attestandosi su posizioni di leadership assoluta relativamente a:

- Design delle navi e di tecniche di propulsione sempre più efficienti, anche dal punto di vista ambientale;
- Infrastrutture terminalistiche;
- Container refrigerati per il trasporto di merci deperibili;
- Sistemi informativi in genere, per tutte le attività che vanno dal tracking dei container via satellite alle operazioni e alle attività commerciali di agenzia.

***In Italia con quali porti lavora di più Maersk e con quali porti intende lavorare in futuro?***

Maersk scala in Italia 12 porti, garantendo così la copertura dell'intero territorio nazionale (Nord e Sud, Tirreno ed Adriatico). I maggiori volumi in import ed export passano per il porto di Genova (45%), seguito dagli scali di Trieste (12,3%) e Livorno (11,5%).

***Secondo Voi, quali sono i problemi nel settore dello Shipping che debbono essere risolti con maggiore urgenza, in particolare cosa manca all'Italia rispetto ad altri Paesi competitor?***

All’Italia manca, semplicemente, la realizzazione di quanto di buono è stato identificato nei vari Piani Nazionali della Logistica negli ultimi 2/3 decenni: non serve inventare altro. Si dovrebbe valutare attentamente la rilevanza di ogni porto nazionale, realizzando i piani di sviluppo (molte volte esistenti ma inapplicati) sulla base di tali priorità. Inoltre, si dovrebbero definire e realizzare i piani infrastrutturali a terra (ferrovie, strade, passi/valichi, ma anche terminal/depositi interni), consentendo finalmente ai Porti prioritari di disporre di accessi più fluidi, sicuri e capienti, oltre che collegamenti e sfruttamento di aree di stoccaggio lontane dal mare, con aumento del potenziale di tutto il sistema portuale/logistico.

Infine, oltre al miglioramento del sistema logistico nazionale a servizio della nostra comunità, dovremmo finalmente trarre completo vantaggio dalle opportunità che il posizionamento geografico dell’Italia consentirebbe se davvero potesse operare come piattaforma logistica per il transito delle merci da Porti del Sud Europa verso parte di Francia, Germania, Svizzera, Austria a Paesi dell’Est.

***Il fenomeno del “Gigantismo Navale” e delle M&A da parte dei grandi carrier, a Vostro avviso, è destinato a proseguire oppure la crisi ha imposto strategie diverse?***

Il varo da parte della compagnia di navi capaci di trasportare fino a 18.000 TEU conferma la tendenza al gigantismo navale, ma segna contemporaneamente un’innovazione strategica sia dal punto di vista commerciale che dal punto di vista tecnico e ingegneristico. Navi di queste dimensioni permettono, infatti, di ridurre i costi unitari di trasporto, producendo contemporaneamente effetti positivi in termini di emissioni di CO2.

Queste navi sono naturalmente utilizzate unicamente sulle rotte principali lungo la direttrice Asia-Europa, ma a cascata produrranno effetti anche sulle altre linee. Le navi oggi dislocate sui servizi di maggiore impatto in termini di volumi saranno spostate su rotazioni meno importanti, come già oggi si sta verificando nel Mediterraneo, nei cui porti stanno iniziando a operare navi da 12,000 - 13,000 TEU.

Tali dinamiche sono destinate ad essere confermate e, a tal proposito, la scelta di costituire l’alleanza P3 con MSC e CMA CGM ci mette nelle condizioni di ottimizzare l’utilizzazione di queste navi sulle grandi rotte, limitando gli effetti negativi della sovraccapacità e stabilizzando al contempo il prodotto offerto sul mercato, soprattutto nei momenti di slack season.

***Nel breve, medio e lungo termine quali sono i progetti e gli obiettivi più ambiziosi che Maersk si propone di realizzare?***

Nel quadro dell'alleanza P3, Maersk opererà per garantire ai propri clienti un prodotto standard di qualità che permetterà loro di focalizzarsi al massimo sul proprio business e sulla massimizzazione del proprio profitto.

Il nostro obiettivo è mettere i clienti nelle condizioni di conoscere in ogni momento che tipo di servizio si possono attendere di ricevere da noi, soprattutto in termini di customer care, che, in un quadro di forte standardizzazione, rappresenta un vantaggio competitivo da spendersi sul mercato. È per questa ragione che abbiamo lanciato il Customer Charter, ovvero una sorta di contratto per punti con cui ci impegniamo a garantire al cliente un livello di servizi standardizzato, ma al contempo disegnato sulle sue esigenze.