

TECNOLOGIA / Ripensare la collaborazione



COESIONE E COOPETIZIONE: LA LOGISTICA È PRONTA. E TU?

di Vittorio Varavallo

PER SUA STESSA NATURA LA LOGISTICA È PORTATA A CERCARE NUOVE FORME DI COLLABORAZIONE PERCHÉ SOLO METTENDO INSIEME PIÙ ATTORI, PIÙ ANELLI DELLA SUPPLY CHAIN È POSSIBILE OTTENERE REALI OTTIMIZZAZIONI. È UNA LEZIONE CHE PUÒ ESSERE ESPORTATA?

Coesione: una parola che ha acquisito un valore rinnovato; non solo perché parte della quinta missione del PNRR, ma perché vissuta, in questi ultimi anni, come esigenza e rivalsa. Essere coesi è

molto più che essere uniti. L'unione, seppur democratica, genera dibattito e maggioranza decisionale. La coesione, invece, travalica gli interessi personali, pensa per equità, mescola elementi presi con uguale peso, consisten-

za e quantità per produrre il nuovo. La coesione è come un colore creato dalla tavolozza di un pittore. Il bianco, ad esempio, si ottiene mescolando i colori primari presi nella stessa quantità. La quantità maggiore, seppur

minima, di un singolo colore, o l'assenza di uno di questi, otterrebbe un risultato diverso, impuro, squilibrato. Se pensiamo a quanto sta accadendo in Ucraina, ad esempio, possiamo riflettere su come il popolo ucraino, seppur multiculturale, multi-etnico e multireligioso sia unito nella stessa bandiera e coeso nell'affrontare l'invasione russa; e su come i russi, seppur appartenenti alla stessa bandiera, siano disgiunti nel conflitto. L'unione genera appartenenza, la coesione genera partecipazione attiva e, gran parte delle volte, proattiva.

Un valore da condividere

Viviamo nell'era del cambiamento e nel cambiamento nessuno vince da solo. Per governare al meglio le trasformazioni in atto, la logistica deve mettersi a confronto e trovare nuove strategie di collaborazione. "Abbracciate il cambiamento e siate proattivi", dichiara Luigi Barra di Boggi Milano. Seppur circoscritte all'interno dei propri ambienti di lavoro, gli interventi sono tutti rivolti a un'ottimizzazione sostenibile e mutevole che si adatta ai tempi e ai modi delle persone. E "sono (sempre) le persone, ancora prima delle strategie aziendali, a rendere possibile il cambiamento", asserisce Andrea Amoretti, Managing Director Italy di P3 Logistic Parks sul numero di Gennaio/Febrero 2022 de Il Giornale della Logistica. La logistica è lo strumento capace di generare benessere e il canale da percorrere per creare partecipazione e condivisione. Volendo prendere in prestito una frase di Seth Godin, la logistica è "l'atto generoso di aiutare le persone a risolvere un problema". L'abbiamo vissuto durante il lockdown, il mondo logistico è rimasto coeso nel raggiungere un obiettivo comune: "assicurare la circolazione e la consegna di beni essenziali per la tenuta del Paese di fronte alla pandemia", così scrive il presidente di Ebilog Maurizio Diamante nella prefazione del Quaderno 29. Ma c'è molto di più e penso che gli operatori logistici siano pronti ad acquisirne cosapevolezza. Siamo tutti indirettamente collegati alle stesse macrostorie: famiglia, serenità, sopravvivenza, felicità, amore, amicizia e mai come negli ultimi due anni "la logistica è riconosciuta nel ruolo chiave per l'economia nazionale e il

benessere della collettività". In questi ultimi due anni Savino del Bene - ad esempio - ha previsto un buono da 550 euro per tutti i suoi dipendenti, con particolare attenzione alle famiglie con bambini piccoli, che in aggiunta riceveranno un ulteriore bonus che va dai 2.800 a i 1.600 euro. Sono convinto che la logistica italiana sia piena di questi esempi.

Coltivare un nuovo pensiero

Mai come in questo momento è necessario coltivare la coesione come il nuovo pensiero logistico, capace di sopperire non solo ai bisogni fisiologici dell'uomo ma anche a quelli di sicurezza, di appartenenza, di stima e di autorelazione. Il cambiamento è già in atto ed è mentale e culturale, ma c'è bisogno ancora di maggiore concretezza. Un esempio arriva da DHL Express Italia. La CEO Nazzarena Franco sul numero di Aprile 2023 parla con Francesca Saporiti di connessioni e di come le persone siano il fulcro della loro strategia di sostenibilità e inclusività. E dentro e fuori DHL ci

Chi è l'autore

Consulente in branding B2B, Vittorio Varavallo nel 2006 ha fondato Crearts, agenzia di comunicazione specializzata nel settore logistico. Socio ADCI - Associazione Direttori Creativi Italiani - segue alcuni dei principali player della logistica italiana.



sono fatti, non parole: dal progetto Certified International Specialist, al Run for Inclusion, alle 238.000 ore e più spese nel volontariato. Se la coesione è l'approccio al sistema, la cooperazione ne diviene l'atto concreto. È necessario evolvere e innovare, riflettere in maniera aperta e inclusiva, abbracciare progetti comuni in forma collaborativa e partecipativa, rispettare le diversità e le singole identità per creare complementarità. Da gennaio

dello scorso anno il Comune e la Camera di commercio di Bologna, con la Regione Emilia Romagna, l'Interporto di Bologna e altri enti pubblici e privati hanno promosso la Carta Metropolitana per la Logistica Etica. Il 30 maggio, hanno aderito, firmando tra gli altri, Torello, OneExpress, Fercam, Alisped, SUSA, Schenker. I firmatari promettono di promuovere i principi della diversity and inclusion collaborando per la costruzione di una cultura aziendale

e del lavoro inclusiva, basata sulla valorizzazione delle differenze individuali quali fattori di innovazione e di miglioramento delle performance personali e organizzative. La coesione delle diversità ci rende cittadini del mondo. La logistica deve prevedere cooperazione. La coesione di diverse entità in forma cooperativa crea nuove identità capaci di generare benessere collettivo. Il cambiamento è già in atto. Le opportunità ci sono, basta coglierle.

Techbau Real Estate

FIND YOUR ECO-LOGISTIC SPACE



1
SITE
SELECTION



2
DUE
DILIGENCE



3
INVESTMENT &
TRANSACTION



4
PERMITTING &
CONSTRUCTION



5
LEASE &
SALE





Inquadra il QR CODE
VISITA LA NOSTRA PAGINA

