

LET'S BRING TOGETHER

La nuova identità di PNP



■ A cura della Redazione

“Tante aziende, un solo network”: PNP si rilancia nel comparto del trasporto espresso di merce pallettizzata con una strategia completamente rinnovata: esaltazione del servizio, centralità dell’associato, capillarità diffusa



Un momento della convention nazionale di PNP presso il Centro Congressi di “Ruote da sogno” a Reggio Emilia. Per il direttore generale Bruno Oliana (foto a lato) “prima che un gruppo di aziende siamo un gruppo di persone che condividono un sogno”

Se il sogno si nutre di simboli mai location fu più azzeccata: la convention nazionale di PNP (vedi box) si tiene in piena motor valley, a Reggio Emilia, presso il Centro Congressi di “Ruote da sogno”, casa-museo del motorismo con oltre mille moto e centinaia di vetture d’epoca perfettamente funzionanti. Qui convergono da tutta Italia i rappresentanti delle 76 imprese di trasporto associate in una affollata, concentrata, energetica assemblea tutta proiettata al futuro: “prima che un gruppo di aziende - dice Bruno Oliana, general manager della società - siamo un gruppo di

persone che condividono un sogno”. E tra una Vespa del 1947 (la più antica esistente in natura, telaio numero 3, delle prime due si sono perse le tracce) e la celeberrima Lamborghini Espada del 1970, Oliana di quel sogno traccia linee e prospettive: “siamo una squadra di persone che condividono dei valori, ciascuna portando in dote le sue diversità, aspettative, speranze e voglia di fare”.

I volti in sala sono concentrati, l’attenzione massima, il silenzio assoluto. Tira l’aria dei momenti fondativi: “c’è differenza tra appartenenza e partecipazione - esorta il

manager - e i pilastri dell’appartenenza sono tre: stabilità finanziaria, organizzazione, garanzia di servizi di eccellenza”. I numeri parlano: se nel 2016 i bancali movimentati furono 122.424 nel 2018 l’obiettivo è superare i 480mila con una stima di fatturato attorno ai 15 milioni di Euro: “sono stime prudenziali - dice Oliana -: non dobbiamo avere fretta ma abbiamo una certezza. Lavorando insieme, assicurando vicinanza all’associato, accompagnandolo nella crescita costruiremo un futuro di eccellenza”.

Non a caso, nella sua introduzione, Oliana parla più di persone e associati che di struttura centrale del network, a sua volta illustrata tramite i volti delle persone: la rete degli hub e dei punti di distribuzione (106), i sistemi informatici, le capacità organizzative indispensabili per garantire la fluidità dei pallet da un capo all’altro della Penisola e dalla Penisola da e per l’estero sono resi manifesti da persone in carne ed ossa: “il business cresce se sia il network che ogni singolo associato lo sentono proprio”.

Niente crisi tra palco e platea

Al momento i soci sono dieci (vedi box) “ma l’augurio è che la compagine possa ampliarsi”. Non esiste crisi tra palco e platea: PNP si propone come un team dove le strutture del network e le aziende associate sono un tutt’uno. Non a caso la presentazione delle figure manageriali e dei responsabili del network (a partire dall’amministratore unico, Vincenzo La Bianca, e del responsabile operativo, Giuseppe Rovere), dei responsabili dei servizi (amministrazione, controllo qualità, assistenza sul territorio) esalta sempre e comunque l’associato: “vantiamo professionalità e strutture solide e compatte, ma al centro ci sarà solo e sempre l’associato”. E le imprese in platea mostrano di gradire. L’attenzione cresce: “siamo in competizione con altri grandi player, ma grazie al servizio garantito insieme ce la giochiamo alla pari, ci toglieremo delle belle soddisfazioni” - ci dice Oliana in una pausa dei lavori. “il nostro obiettivo, la nostra strategia - confida il general

manager - è far sentire l’associato a casa sua, farlo stare bene, garantirgli centralità, farlo contare”.

Ma se i valori sono centrali, se porre al centro le persone è il primo comandamento, largo spazio viene concesso ai pilastri tecnologici che garantiscono la perfetta funzionalità dei servizi espressi, a cominciare dal Track and Trace: “oggi - spiega Oliana - la consegna è scontata, il



Matteo Ravazzini ha parlato di sviluppo internazionale, “non solo un’opportunità ma una delle chiavi per la crescita del network e delle imprese che vi aderiscono”

Carta d’identità

- PNP è un network di aziende di trasporto e logistica riunite in un consorzio di associati che distribuiscono e spediscono merce su pallet, in Italia e nei principali Paesi europei. A tale servizio affiancano la spedizione di collettame, groupage o a carico completo. Offre anche servizi intermodali e assicura totale tracciabilità e visibilità delle spedizioni tramite un servizio di Track and Trace dedicato. Per approfondire: pnp.network



Il momento dei saluti conclusivi: "Non è il network a fare grande l'associato, ma sono gli associati a fare grande il network"

cliente vuole di più. Per esempio sapere in ogni momento dov'è il suo pallet". Una demo live si incarica di dimostrare come il problema sia stato risolto. Accedendo in modalità riservata al sito del network il cliente ha evidenza dello stato della sua spedizione: "siamo talmente certi dell'eccellenza del nostro servizio da metterci a nudo, da offrire al cliente un'informazione in tempo reale sullo status dell'invio dal momento del ritiro alla consegna finale: zero scuse, zero chiacchiere ma fatti concreti".

Le porte dell'internazionalità

È Matteo Ravazzin, 32 anni di esperienza nel trasporto, a spalancare alla platea le porte dell'internazionalità e lo fa con un'intuizione originale: "abbiamo esteso a livello europeo il plus caratteristico dell'esperienza PNP: un unico soggetto nel rispetto delle tante identità aziendali presenti". La chiave del busillis si chiama ABC Business Network, la rete di aziende di trasporto, gestita da Ravazzin, che a livello continentale replica il modello: "creare sinergie, sollecitare corrispondenze, selezionare e integrare i migliori, i più affidabili, i più pronti, i più consapevoli. E renderli protagonisti di un progetto in partnership con PNP". Un progetto su cui Ravazzin lavora da tempo e che oggi genera partenze giornaliere per Francia e Germania, ma non solo: "la ricerca di sinergie è continua perché l'inter-

nazionale non è solo un'opportunità ma una delle chiavi per lo sviluppo del network e delle imprese che vi aderiscono". Con un valore aggiunto: il servizio, dal bancale, si amplia a lotti e carichi completi. Dal camion all'intermodalità coinvolgendo società specializzate nel trasporto marittimo o aereo: "ABC Network è un insieme di più competenze ciascuna al servizio degli associati PNP. L'impegno è affiancare ogni singolo associato, con il coinvolgimento del top management e mio personale - spiega Ravazzin - per proporre ai clienti i servizi internazionali in modalità quali mai è stato possibile fare in Italia".

Un eco-sistema dinamico

Al vostro umile cronista, mano a mano che gli interventi si susseguono, pare di intuire che più che di una presentazione aziendale ci venga offerto un modello di ecosistema dinamico, di una comunità

dove il tutto si tiene all'insegna del servizio all'associato e al cliente nel rispetto delle diversità. Non si spiega altrimenti il motivo per cui, nella seconda parte della mattinata, largo spazio venga concesso a fornitori di tecnologie, tutti caratterizzati, nei loro interventi, non da spocchiosi power point di derivazione market-tara ma da condivisione personale e aziendale sul progetto.

Maurizio Amato, Project Manager TGroup per il servizio Mercitalia Fast, ha così portato in dote la possibilità, novità assoluta per l'Italia, di utilizzare l'Alta Velocità per il trasporto espresso delle merci (vedi: "In partenza il Freccia Rossa delle merci" - Il Giornale della Logistica - maggio 2018 - NdR) a cominciare dalla tratta Bologna - Interporto Nola inaugurata il 15 ottobre scorso (tre ore e venti minuti la percorrenza, cinque giorni su sette grazie al ricorso all'ETR 500 opportunamente adattato, 12 carrozze per una lunghezza di 360 metri, 1.800mila metri cubi di volume equivalenti a 18 TIR ovvero due Boeing 747 cargo). Così pure il presidente di ALIS, Guido Grimaldi, ha avuto buon gioco ad enfatizzare il ruolo della sua Associazione (1.300 le imprese aderenti) per quanto concerne lo sviluppo ed il sostegno dell'intermodalità, in particolar modo marittima: "nel solo 2017 - ha detto - grazie al contributo dei nostri associati sono stati sottratti dalla strada 1.300mila camion per un volume trasportato di 35 milioni di tonnellate di merci". E se le indicazioni della Comunità Europea puntano ad un progressivo incremento del trasporto intermodale,

I soci che fecero l'impresa

Questi i dieci soci fondatori di PNP:

■ AG Logistica	■ Nord Roma Terminal	■ Ste.Ma
■ Bruno Castelli	■ Bruno Oliana	■ TGroup
■ Logistica Biellese	■ One Transport	■ West
■ Meditrans	■ Siluman	

Ai dieci soci fondatori dovrebbero presto aggiungersi ulteriori figure

Numeri in rete

Questi i principali parametri di riferimento di PNP

- 4** gli hub
- 76** gli associati
- 106** i punti di distribuzione in Italia
- 480 mila** i pallet movimentati nel 2018 (stima)

anche i trasportatori sono chiamati a rinnovare la loro professionalità ricorrendo a motorizzazioni alternative, investimenti in innovazione e digitalizzazione, ad un'interpretazione del loro ruolo sempre più sinergico rispetto agli altri modi di trasporto, sull'orgoglio di svolgere un ruolo strategico "che troppi in Italia tendono a svilire, come se il trasportatore fosse solo una figura da spremere senza considerare la qualità del servizio" (sul Grimaldi-pensiero e le priorità di ALIS si veda: "Rimettiamo in movimento l'Italia" - Il Giornale della Logistica - giugno 2018 - NdR).

Un supporto professionale

Hanno fatto seguito Arturo Santanelli, area manager del Consorzio Artemide, che ha sottolineato l'importanza di un supporto professionale nell'analisi delle performance finanziarie al fine di creare e sostenere nel tempo adeguati progetti di investimento. Alessandro Piccirillo di Golia (900 clienti e 45mila veicoli assistiti in tutta Italia) ha invece insistito sulla possibilità di trasformare la normativa esistente sui tempi di guida in un'opportunità per ottimizzare la gestione della flotta e abbattere il rischio di incidenti o verbali di contestazione. Oscar Zorzi, di Idea Group, si è a sua volta soffermato sull'importanza di dotarsi di sistemi gestionali avanzati per il governo della flotta, l'ottimizzazione dei carichi e la gestione degli ordini con la certezza di un perfetto controllo sulla marginalità garantita da ogni singolo mezzo o viaggio. Alan Semplicini di Maurelli Group ha esposto i vantaggi dati dal poter contare su un Gruppo tra i primi in Italia nella gestione dei ricambi per veicoli industriali (50mila le referenze in pronta consegna, compresi quelle disponibili tramite la private label GAM). Maurizio Pompei,

direttore generale di Mercedes Benz Italia Trucks ha illustrato il profilo del veicolo industriale ideale mentre Paolo Casadei di Nolpal ha evidenziato i vantaggi di un modello originale di gestione del pallet a noleggio concentrato sui classici "bianchi" da interscambio a marchio Epal.

Nota di merito

Nota di merito infine per Leonardo Salcerini, managing director di Toyota Material Handling Italia che dalla strada, "dove tanto si è fatto per ottimizzare" ha portato la platea all'interno dei magazzini "dove invece c'è ancora tantissimo da fare per ottimizzare la gestione dei flussi" e dove il carrello è solo una delle componenti da analizzare: "per scegliere il carrello ideale occorre analizzare i flussi e non a caso in Toyota abbiamo creato divisioni dedicate incaricate di studiare le performance all'interno dei depositi e suggerire eventuali interventi", citando le esperienze di Toyota Academy e della Divisione Logistics Solutions che, all'interno dell'impresa, si dedica alla progettazione (gratuita, per la fase di analisi) dei magazzini nuovi o da sottoporre a revamping.

A chiudere i lavori raccogliamo qualche parere in sala. La sintesi non lascia adito a dubbi: "la nostra forza - è il parere diffuso - è che siamo un network snello, composto da realtà imprenditoriali di primissimo livello, capillarmente presenti sul territorio e che, nel complesso, vantano oltre mille mezzi dedicati all'attività del pallet espresso. Siamo snelli nelle strutture centrali per cui ogni singolo euro è finalizzato allo sviluppo a favore degli associati e abbiamo ben presente un fatto incontestabile: non è il network a fare grande l'associato, ma sono gli associati a fare grande il network". ■

Le frasi

BRUNO OLIANA, General Manager PNP

"La nuova identità di PNP nasce a compimento di un percorso. In quattro anni, dalla costituzione del network a oggi, tutti hanno portato in PNP la loro professionalità e consulenza nei trasporti"

"PNP non dirige, coordina. Non supporta, affianca. Non crea valore: valorizza. In PNP ognuno mantiene la propria libertà e autonomia"



Gli associati a PNP possono sin d'ora offrire ai propri clienti il ricorso all'Alta Velocità per il trasporto espresso delle merci, una novità assoluta per l'Italia. Lo ha spiegato Maurizio Amato (foto)



Leonardo Salcerini (Toyota Material Handling Italia). All'interno dei magazzini "c'è ancora tantissimo da fare per ottimizzare la gestione dei flussi" e ha illustrato come procedere



Guido Grimaldi (Alis) ha esaltato il contributo dell'intermodalità e tracciato il profilo del trasportatore ideale: "tutt'altro che una figura da spremere senza considerare la qualità del servizio"