

Shipping Italy

Il quotidiano online del trasporto marittimo

Gallo lancia l'idea di una nuova agenzia per il marketing portuale di Genova

Nicola Capuzzo · Tuesday, December 15th, 2020

Cogliendo l'assist di Paolo Pessina, presidente di Assagenti, che ha sottolineato la necessità di promuovere al meglio sul mercato le nuove dotazioni infrastrutturali di cui sarà dotato il porto di Genova fra qualche anno (in primis Terzo Valico, nuove banchine e interventi di ultimo miglio ferroviario), il numero uno di Cisco, Filippo Gallo, ha lanciato la proposta di istituire “una nuova agenzia di marketing territoriale per la promozione del porto di Genova”. Un soggetto slegato dall'interesse dei singoli “ma partecipato da tutti”, quindi agenti marittimi, spedizionieri, terminalisti, trasportatori, ecc.

Secondo Gallo “un'agenzia di marketing portuale potrebbe rappresentare lo strumento adatto per andare a bussare alle porte delle varie Confindustrie regionali e fare opera di formazione e informazione” in materia di logistica delle merci. “Sarebbe lo strumento chiave per fare marketing territoriale e per fare lavorare al meglio le aziende italiane nel settore delle spedizioni merci” ha aggiunto il presidente di Cisco (Centro Internazionale Studi Containers).

La proposta è emersa a conclusione del convegno intitolato “Import-Export marittimo di merci containerizzate: un futuro da schiavi?” nel quale è stata analizzata la tendenza delle aziende esportatrici italiane a vendere i propri prodotti con resa Ex-works e quindi escludendo spesso gli operatori di trasporti e spedizioni dall'attività.

Una scelta dettata dalla volontà di minimizzare oneri e rischi legati al trasporto ma che Gallo contesta convintamente: “Oggi è inconcepibile che gli esportatori italiani abbiano questa ritrosia verso il controllo dell'export, non c'è più motivo di avere timori anche per la massima trasparenza dell'attività”.

Nell'introduzione del convegno il presidente di Cisco ha sottolineato che questa è una tendenza soprattutto italiana rispetto ad altre nazioni europee e finisce per sfavorire lo stesso Made in Italy. “Una volta le imprese di produzione avevano magari poco personale addetto alla logistica e alle spedizioni ma oggi lo scenario è cambiato” conclude Gallo. “Con la semplicità di oggi nella comunicazione, con la smaterializzazione della documentazione e la tracciabilità delle spedizioni non è nemmeno paradossalmente più necessario per le imprese avere personale specializzato al proprio interno”.

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER QUOTIDIANA GRATUITA DI SHIPPING ITALY

This entry was posted on Tuesday, December 15th, 2020 at 1:22 pm and is filed under [Politica&Associazioni, Porti](#)

You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. Both comments and pings are currently closed.