

Shipping Italy

Il quotidiano online del trasporto marittimo

De Zolt (Central Cargo): “Dopo l’apertura a Valencia, innovazione e crescita per evolvere”

Nicola Capuzzo · Thursday, August 21st, 2025

L’apertura di una nuova filiale a Valencia, in Spagna, è l’occasione per delineare con Andrea De Zolt, managing director di Central Cargo, una panoramica dettagliata sulle attività e i nuovi progetti della società di spedizioni toscana. In questa intervista rilasciata a SHIPPING ITALY De Zolt racconta l’evoluzione dell’azienda, il cui successo si basa su tre pilastri: la valorizzazione del capitale umano, l’innovazione e la capacità di cogliere le opportunità di crescita.

L’apertura della sede in Spagna è solo l’ultima tappa di un percorso di notevole crescita della vostra azienda. Cosa sta guidando questo importante sviluppo?

“Da un piccolo team di tre persone nel 2011, siamo cresciuti in quattordici anni fino a raggiungere un organico di quasi novanta colleghi. Il nostro sviluppo si basa sulla volontà di investire in modo costante. Oggi contiamo undici uffici in Italia, tre negli Stati Uniti e, dallo scorso giugno, la nostra filiale a Valencia. Ma i piani non si fermano qui: a settembre apriremo in Danimarca, e a ottobre in Cina e Bangladesh. L’apertura in Danimarca ci inorgoglisce particolarmente perché inverte la tendenza delle aziende danesi ad acquisire società europee, in particolare italiane.

Con le nostre nuove filiali, creiamo una rete che ci permette di gestire al meglio l’interscambio di merci che vengono fabbricate in Asia e spedite in Italia, Spagna e negli Stati Uniti, paesi in cui siamo già presenti, ottimizzando così la nostra offerta. Parallelamente, stiamo investendo anche in Italia: a settembre sposteremo la nostra sede storica da Prato a Campi Bisenzio, in provincia di Firenze, in una nuova struttura pensata per supportare la nostra crescita futura.”

Quali sono i servizi che vi caratterizzano e vi rendono unici nel mercato?

“Ci definiamo generalisti, ma con una particolare attenzione alla diversificazione dei servizi per ottimizzare ogni fase della supply chain. I nostri servizi vanno dalla spedizione tradizionale al project cargo, e si distinguono per il focus sulla velocità e sulle soluzioni alternative. L’obiettivo è ridurre i tempi di transito dal sito di produzione al destinatario finale, offrendo un ventaglio di opzioni flessibili utilizzando l’esperienza dei nostri specialisti in ogni campo di azione.”

Può farci qualche esempio concreto di queste soluzioni alternative?

“Nelle spedizioni marittime, offriamo i servizi ‘charter’ che riducono il numero di scali e

accorciando i tempi di transito. Per il groupage, proponiamo un servizio ‘charter’ che garantisce un transito più rapido (10-14 giorni), disponibile anche per spedizioni di volume ridotto. Gestiamo il project cargo per spedizioni eccezionali.

Nelle spedizioni terrestri ci siamo specializzati in rotte complesse e alternative, come i collegamenti via camion da Cina e Vietnam. Questi servizi rappresentano una valida alternativa ai trasporti misti mare-aereo e ai collegamenti aerei che gestiamo regolarmente, in particolare dal Far East, dal Subcontinente indiano e dal Sud-Est asiatico.”

Credete molto nel trasporto combinato?

“Riteniamo l’intermodalità fondamentale: integriamo diversi mezzi di trasporto con i nostri servizi misti e le spedizioni via treno, sia per carichi completi che per groupage. Il gestire direttamente tre impianti logistici a Prato, Cavezzo e Campi Bisenzio, insieme all’operatività interna che include anche l’attività doganale all’aeroporto di Malpensa, ci permette di offrire un servizio completo e a 360 gradi. Alla base di tutto questo c’è sempre un’accurata analisi preliminare delle esigenze del cliente, fondamentale per offrire la soluzione più efficace in termini di costi e tempi.”

Un’azienda non è fatta solo di numeri, ma di persone. E’ anche questo il segreto del successo di Central Cargo, oltre ai servizi che ci ha descritto?

“Il vero valore della nostra azienda sono le persone. Siamo convinti che un team che lavora bene insieme, con una comunicazione aperta e trasparente, offre un servizio di qualità superiore. Per questo abbiamo integrato nel nostro staff dei professionisti che noi chiamiamo ‘facilitatori’. Lavorano con tutti i livelli aziendali, dagli operativi al management, per migliorare le dinamiche di gruppo e prevenire gli screzi. Nel corso dell’anno organizziamo dei team building a tema per gruppi di lavoro: questo ci permette di migliorare la qualità del servizio offerto perché, semplicemente, lavorando insieme si lavora meglio. Oltre alla valorizzazione del personale, puntiamo molto sulla formazione interna. A differenza di quanto avveniva in passato, quando si imparava ‘sul campo’ con non poche difficoltà, oggi lavoriamo con una prospettiva di dedicare un giorno a settimana alla formazione a tutti i livelli, con docenti interni supportati da professionisti esterni per le diverse aree specifiche (comunicazione, legale, ecc.) per far sì che il miglioramento delle risorse sia continuo.”

Avete anche creato degli “hub operativi”; qual è il loro scopo e come si inseriscono nella vostra struttura?

“È una soluzione che ci sta dando grandi soddisfazioni. Questi hub ci permettono di far incontrare l’esperienza e la professionalità presenti in azienda con l’innovazione, per assicurare un servizio di alto livello. Al tempo stesso, diventano un luogo d’incontro dove possiamo formare in modo mirato le risorse più giovani, che sono i veri protagonisti del futuro del nostro settore.”

Quali sono stati i passaggi chiave nella riorganizzazione aziendale per gestire una crescita così rapida?

“Il nostro percorso ha previsto non solo un aumento di responsabilizzazione e di delega con la creazione di nuove direzioni (commerciale, logistica, doganale, ecc.) ma anche l’inserimento di una figura chiave: a ottobre avremo un Chief Operation Officer che agirà in modo trasversale su tutte le aree per supportare e supervisionare i processi, e garantirà risposte rapide ed efficienti ai clienti.”

Nel mercato dei giganti del settore, come riuscite a trasformare la vostra flessibilità in un concreto vantaggio competitivo?

“La concorrenza ci spinge a fare sempre meglio, ma la vediamo anche come un’opportunità di collaborazione, lavorando, in alcune aree, a stretto contatto con altre aziende per scambiare servizi e supportarci a vicenda. La nostra vera forza, tuttavia, risiede nell’agilità e nella rapidità di risposta. Non avendo una struttura enorme, siamo molto più snelli e capaci di trovare soluzioni in tempi brevi, a differenza dei grandi player, lasciando sempre aperta la “bottega dei sogni”.”

Quali sono le vostre prospettive di espansione geografica, in particolare su nuovi mercati come l’Africa?

“A livello geografico, le aree che ci impegnano di più sono il Nord Italia, ma stiamo guardando con interesse anche al Sud, dove prevediamo di investire con un progetto a partire dal 2026. L’importazione dalla Turchia, dal Far East (Cina e Taiwan), dal Sud-Est Asiatico (Vietnam, Cambogia, Myanmar e Thailandia) e dal subcontinente indiano (India e Bangladesh) è fondamentale per noi.

Per quanto riguarda nuovi mercati, l’Africa è un’area che stiamo monitorando con grande interesse. C’è un grande sviluppo, trainato soprattutto dalla Cina che si sta organizzando molto velocemente. Crediamo che l’Africa, e in particolare il Marocco, avrà una crescita notevole. Stiamo già pensando a un progetto serio in quell’area, che potrebbe concretizzarsi tra il 2026 e il 2027. La nostra strategia è di avere figure italiane a presidio dei nostri uffici all’estero, per portare il nostro know-how e la nostra mentalità.”

Per concludere, come definirebbe la vostra filosofia aziendale?

“Abbiamo un approccio proattivo: nel nostro vocabolario abbiamo eliminato parole come ‘sì’, ‘no’ e ‘problema’ per concentrarci unicamente sulle soluzioni. In un periodo in cui i tempi di transito marittimi si allungano, la nostra priorità è offrire alternative e lavorare con la massima attenzione sui processi per ridurre i tempi necessari per le operazioni doganali e la consegna delle merci.”

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER QUOTIDIANA GRATUITA DI SHIPPING ITALY

SHIPPING ITALY E’ ANCHE SU WHATSAPP: BASTA CLICCARE QUI PER ISCRIVERSI AL CANALE ED ESSERE SEMPRE AGGIORNATI

Anche la maglia di Musetti in palio al SHIPPING ITALY Tennis Tournament

This entry was posted on Thursday, August 21st, 2025 at 1:28 pm and is filed under [Interviste](#), [Spedizioni](#)

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

