

Shipping Italy

Il quotidiano online del trasporto marittimo

Taliercio: Dani Shipping accelera su project logistics e yachting

Nicola Capuzzo · Saturday, February 14th, 2026

La Spezia – Dani Shipping è una realtà storica dell’agenzia marittima italiana, cresciuta nel porto della Spezia e oggi attiva anche in ambiti ad alta specializzazione come project logistics, offshore support e yachting. Per comprendere come il gruppo stia affrontando l’evoluzione del mercato, tra digitalizzazione, nuove normative e integrazione dei servizi, Mario Taliercio, direttore operativo e amministratore delegato di Dani Shipping, in questa intervista analizza strategia, investimenti e prospettive di sviluppo.

Taliercio, qual è stata l’evoluzione di Dani Shipping dal 1951 a oggi?

“Dani Shipping nasce nel 1951 come agenzia marittima tradizionale, radicata nel porto della Spezia e focalizzata sull’assistenza alle navi e ai loro equipaggi. Negli anni l’azienda ha accompagnato l’evoluzione del traffico marittimo, ampliando progressivamente competenze e servizi. Le tappe principali sono state l’ingresso nel settore dei traffici speciali, l’espansione verso project cargo e offshore support, l’integrazione di servizi logistici avanzati e, più recentemente, la creazione di una divisione dedicata allo yachting. Oggi Dani Shipping è una realtà moderna, capace di coniugare la solidità della tradizione con un approccio operativo internazionale”.

Qual è la visione strategica che guida oggi Dani Shipping e quali sono i valori su cui puntate per differenziarvi nel mercato marittimo?

“La nostra visione è essere un partner affidabile e competente per armatori, operatori logistici e industrie che richiedono un’assistenza portuale precisa e tecnicamente preparata. Ci differenziamo puntando su competenza, presenza diretta in porto e flessibilità operativa. Ogni scalo è diverso e richiede soluzioni su misura. Il nostro obiettivo è unire efficienza e attenzione al dettaglio”.

I servizi di agenzia marittima si sono molto evoluti. Quali competenze ritenete oggi fondamentali per una shipping agency che vuole competere sui mercati internazionali?

“Oggi servono conoscenza normativa, capacità di coordinamento operativo e padronanza dei processi logistici. Sono fondamentali le competenze doganali, l’uso dei sistemi digitali portuali e la capacità di dialogare con terminal, autorità, equipaggi e clienti internazionali. A questo si aggiunge la gestione di operazioni complesse, sempre con attenzione a sicurezza e compliance”.

Come integrate il servizio di port agency con attività altamente specializzate come offshore support, project logistics e manning?

“La nostra organizzazione lavora in modo integrato. L’assistenza nave resta centrale, ma attorno abbiamo sviluppato competenze verticali. Per l’offshore support seguiamo equipaggi, rifornimenti e coordinamento tecnico. Per il project cargo curiamo autorizzazioni, movimentazioni eccezionali e supervisione in banchina. Per il manning gestiamo selezione e personale marittimo. Tutto è coordinato da un unico punto operativo”.

In che modo la vostra struttura si adatta alle esigenze specifiche di settori come il gas naturale liquefatto (Lng) o il traffico crocieristico?

“Per l’Lng servono procedure rigorose, sicurezza e conoscenza delle normative internazionali. Nel crocieristico la priorità è la gestione dei tempi nave, dei servizi passeggeri e delle esigenze dell’equipaggio. Lavoriamo con team dedicati, procedure specifiche e disponibilità continua, mantenendo sempre un approccio su misura”.

Lo shipping sta investendo in digitalizzazione e automazione. Che ruolo hanno per voi gli strumenti digitali nella gestione operativa e nella customer experience?

“La digitalizzazione è centrale. Usiamo sistemi portuali, scambio documentale elettronico, tracciamento in tempo reale e gestione digitale delle comunicazioni. Non sostituisce la presenza fisica, ma la rende più efficace. Riduce i tempi e aumenta la trasparenza per il cliente”.

Come valutate oggi i principali mercati emergenti in termini di opportunità per servizi di agency e logistics?

“Guardiamo con interesse al Mediterraneo orientale, al Golfo, al Nord Africa e ad alcuni hub dell’Asia meridionale. Sono aree che stanno investendo in infrastrutture portuali e logistiche e offrono opportunità soprattutto per assistenza tecnica e project cargo”.

Quali cambiamenti normativi negli ultimi anni hanno avuto maggiore impatto sulla vostra attività e come vi siete adattati?

“Hanno inciso molto le normative ambientali, la sicurezza portuale, la digitalizzazione obbligatoria dei processi e le nuove procedure doganali. Ci siamo adattati con formazione continua, aggiornamento dei sistemi e procedure interne più strutturate”.

Come vi state preparando alle sfide legate a sostenibilità, compliance ambientale e sicurezza nel settore portuale?

“La sostenibilità è parte integrante delle operazioni. Lavoriamo per ridurre l’impatto delle attività e garantire piena conformità alle normative. La sicurezza del personale e delle navi resta una priorità quotidiana”.

Qual è l’idea alla base di Dani Yachting e come si collega operativamente con le attività di Dani Shipping? Che tipo di servizi offrite nel segmento yachting?

“Dani Yachting nasce per portare nello yachting la competenza tecnica della shipping agency. Offriamo servizi di agency, concierge, supporto tecnico, servizi luxury come jet privati, elicotteri,

van e pullman di alto livello, logistica ricambi, formalità doganali e assistenza completa agli yacht. La divisione sfrutta il know how marittimo di Dani Shipping per garantire un servizio premium ma solido dal punto di vista operativo”.

In che modo il know-how di una shipping agency si trasferisce e arricchisce i servizi al cliente nel yachting di lusso?

“L’esperienza con navi commerciali, offshore e project cargo porta precisione, capacità di problem solving e gestione efficace delle formalità. Questo consente di offrire agli yacht un servizio più affidabile e professionale”.

Quali sfide vede per la competitività delle agenzie marittime italiane rispetto ad altri hub mediterranei o hub globali?

“La concorrenza con hub molto strutturati è forte. La competitività passa da qualità del servizio, rapidità decisionale, competenze tecniche e soluzioni integrate. Chi investe in professionalità e tecnologia resta centrale”.

Quali investimenti o progetti ritenete prioritari per i prossimi 2-3 anni?

“Puntiamo su digitalizzazione dei processi, formazione avanzata del personale e potenziamento dei servizi specialistici. In particolare, logistica e distribuzione per difesa, materiali radioattivi, project logistics e yachting”.

Come è cambiato il suo ruolo come a.d. negli ultimi anni e quali competenze ritiene oggi indispensabili per guidare una realtà come Dani Shipping?

“Oggi serve una visione strategica più ampia, capacità di leggere i mercati, rapidità decisionale e grande attenzione alla compliance. Bisogna bilanciare tradizione e innovazione, restando sempre vicini a clienti e autorità”.

Qual è la sfida più grande che avete affrontato di recente e cosa vi ha insegnato?

“Gestire operazioni complesse in un mercato instabile, con clienti esigenti e margini ridotti. Ci ha insegnato che contano preparazione tecnica, capacità di adattarsi e relazioni costruite nel tempo”

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

This entry was posted on Saturday, February 14th, 2026 at 7:30 pm and is filed under [Interviste](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. Both comments and pings are currently closed.