

# Shipping Italy

Il quotidiano online del trasporto marittimo

## I tre buoni motivi per cui le aziende italiane preferiscono vendere la merce ex-works

Nicola Capuzzo · Tuesday, December 15th, 2020

Perché gli esportatori italiani, come evidenziato recentemente dal direttore generale delle Dogane [Marcello Minenna](#), preferiscono nella larga maggioranza dei casi cedere alle controparti il controllo sul trasporto e sulla logistica dei propri beni venduti all'estero?

Tre sono le principali risposte ottenute da Srm – Studi e Ricerche per il Mezzogiorno con un'indagine che ha coinvolto 500 imprese di produzione italiane che abitualmente importano ed esportano merci via mare. In occasione del convegno organizzato da Cisco e dedicato all'Import-Export marittimo di merci containerizzate il ricercatore Alessandro Panaro ha spiegato che si tratta in particolare di ragioni riconducibili a questioni di minori costi e rischi legati alle spedizioni.

Due in particolare sono le ragioni alla base della scelta di vendere la propria merce con rese 'Ex works' secondo le risposte raccolte da Srm. La prima è: "La consideriamo un modo efficace per mantenere basso il prezzo, evitando di integrare nell'offerta i costi di trasporto e destinazione". La seconda: "La consideriamo un modo efficace di cedere all'acquirente il rischio connesso con le operazioni logistiche e doganali". C'è poi una terza motivazione addotta da un numero significativamente inferiore di intervistati: "Non vogliamo/non siamo in grado di assumerci l'onere di seguire il processo di trasporto fino a destinazione".

Giuseppe Mele, vicedirettore dell'Area Politiche Industriali di Confindustria e responsabile infrastrutture, trasporti e servizi pubblici locali, a questo proposito ha confermato che "tenere basso il prezzo del prodotto è un fattore alla base del nostro export. In Italia abbiamo una forte componente industriale che è legata ai beni di consumo, dove la competitività si gioca sul prezzo". Mele ha così proseguito: "Ci sono poi altri settori, ad esempio i grandi manufatti, dove invece il controllo fino a destino della logistica è essenziale".

Secondo il rappresentante di Confindustria per pensare di cambiare lo scenario attuale sarebbe necessaria "una politica industriale e una migliore organizzazione delle Pmi che devono essere messe a conoscenza delle opportunità esistenti".

Commentando le risultanze della ricerca di Srm Panaro ha ammesso che "effettivamente alle imprese la resa di vendita ex-works conviene; sta all'Italia favorire l'uso delle rese Cif ad esempio con sistemi d'incentivazione".

Paolo Pessina, presidente di Assagenti, ha sottolineato l'importanza del marketing territoriale per far conoscere i punti di forza della portuali e delle infrastrutture liguri ma ha anche aggiunto che oggi “manca il supporto pubblico e del sistema logistico. Al Nord Europa non invidio nulla perché su molte cose in Italia i nostri indicatori dicono che siamo migliori di molti altri paesi”.

Anche l'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli sta provando a dare il suo contributo per spianare la strada all'export della produzione nazionale: con Qualitalia “certificheremo la filiera del Made in Italy tramite un marchio che consentirà alle spedizioni di avere semaforo verde nei controlli anche all'estero” ha detto il direttore Marcello Minenna. Che sullo Sportello unico dei controlli alla merce in Italia non ha potuto annunciare passi avanti significativi verso la sua attuazione: “Da altri apparati dello Stato non abbiamo la velocità di risposta che vorremo” si è limitato a dichiarare.

Al convegno ha preso parte anche Alessandro Morelli, direttore tecnico di Siat, che ha testimoniato come “le vendite franco fabbrica tolgano business anche alle assicurazioni perché l'esportatore non ha un interesse assicurabile”.

Infine Alessandro Pitto, presidente di Spediporto, ha messo in guardia sulla falsa convinzione che vendendo ex-works ci si manlevi da criticità e problematiche legate in particolare a questioni doganali, documentali, di autotrasporto e altre. “Oggi la logistica è diventata una funzione strategica per le aziende” e il caso di Amazon in questo senso insegna secondo Pitto. “Le aziende produttrici dovrebbero rendersene conto. Se chi vende non ha il controllo su questi aspetti è penalizzato”.

Non rimane che farlo capire a importatori ed esportatori.

## **ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER QUOTIDIANA GRATUITA DI SHIPPING ITALY**

This entry was posted on Tuesday, December 15th, 2020 at 4:18 pm and is filed under [Featured](#), [Market report](#), [Senza categoria](#), [Spedizioni](#)

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