

Shipping Italy

Il quotidiano online del trasporto marittimo

Per lo spedizioniere digitale Forto tre sedi in Italia nel 2023

Nicola Capuzzo · Wednesday, January 25th, 2023

Milano – Tre sedi, 30 addetti, un volume di spedizioni pari a 12mila Teu (via mare) e 2 milioni di kg (per via aerea). Questi gli obiettivi che si è data Forto – ‘spedizioniere digitale’ sbarcato in Italia a metà dello scorso anno – per il 2023 in Italia. A delinearli a SHIPPING ITALY Cristian Casella, country manager per la Penisola della società ‘unicorno’ tedesca che ha tra i suoi investitori anche Maersk (tramite il fondo Maersk Grow), durante l’inaugurazione ufficiale del nuovo ufficio milanese, operativo in realtà sottotraccia già dallo scorso luglio.

“Oltre che a Milano, abbiamo aperto lo scorso ottobre un ufficio a Napoli dove operano nostri commerciali e prevediamo di inaugurarne durante il secondo trimestre un terzo in Toscana, in modo da presidiare le tre macro-aree della Penisola, grazie anche a un budget importante garantito dalla casa madre” spiega Casella, in precedenza direttore della filiale di Milano di Mondiale Vgl Italia, rilevando a margine di avere incontrato una certa difficoltà nel trovare addetti con esperienza per completare la squadra.

La proposta di Forto, spiega, si basa su una piattaforma digitale che garantisce trasparenza (con una latenza di massimo 30 minuti) lungo tutte le fasi della spedizione, tramite l’impiego di Gps che alimenta un sistema di track and trace, e un prezzo fissato e non modificabile, definito in partenza.

Tra le peculiarità, la presenza di un supporto digitale (con un sistema di messaggistica simile a quello di Whatsapp) e l’accento sulla sostenibilità. Tema quest’ultimo su cui la società (a livello globale) si è impegnata con la firma di un accordo con Hapag Lloyd che consente alla clientela di scegliere, in fase di prenotazione, l’uso di biocarburanti per spedizioni Fcl.

Tornando allo sviluppo italiano della società, il suo country manager si è detto anche consapevole di una certa ritrosia nell’impiego delle tecnologie digitali da parte della clientela: “Per questo abbiamo al nostro interno la figura dell’*implementation manager*, che si occupa di ‘formare’ le aziende clienti, con un percorso della durata di tre mesi, e offriamo comunque anche un servizio di supporto tradizionale”.

La presentazione della filiale italiana di Forto si è chiusa con un intervento di Stefano Paravagna, sales manager di One, carrier tra quelli da cui la società acquista spazio, che alla platea dei partecipanti ha offerto uno spaccato della situazione odierna del trasporto container via mare, che ha evidenziato come per gli anni 2022-2026 la previsione sia di uno sviluppo superiore alla media delle esportazioni da Medio Oriente-Asia meridionale (+3,7% in Teu, Cagr) e Asia Pacifico

(+3,4%) ma inferiore dall'Europa (+1,9%). Relativamente al 2023, la stima di One è di una prima ripresa della domanda che potrà avere luogo “dopo la metà di febbraio”, per poi diventare più consistente nella seconda metà dell'anno. In particolare la previsione è di uno sviluppo dell'export verso gli Usa e dell'import dalla Cina, mentre è probabile che i traffici in direzione inversa continueranno a faticare anche per via della politica di Pechino di incentivo dei consumi di prodotti ‘nazionali’ cinesi.

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER QUOTIDIANA GRATUITA DI SHIPPING ITALY

This entry was posted on Wednesday, January 25th, 2023 at 9:00 am and is filed under [Spedizioni](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.