



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI BERGAMO
Facoltà di Economia
Corso di Laurea in Economia e
Commercio

CAPITOLO 1

La Logistica

1.1 La logistica nel sistema di trasporto

La logistica nel trasporto sia di merci che di passeggeri si esplica essenzialmente nell'integrazione dei flussi di traffico tra le diverse modalità di trasporto e di conseguenza nella ripartizione della domanda non solo tra i modi ma anche tra le infrastrutture. Come tale, è un servizio non accumulabile, che deve essere fornito in tempo reale e che interessa non solo i singoli, ma tutta la collettività.

E' evidente che la regola tradizionale della separazione tra i diversi modi risponde soprattutto a criteri di razionalizzazione e standardizzazione dell'offerta: ma essa è sempre meno ragionevole se si considera il punto di vista della domanda, la quale è interessata a un servizio che garantisca la consegna door to door in tempi e modalità affidabili, sia che il trasporto avvenga con l'uso di un solo modo sia che avvenga con l'uso di diversi modi. Quando il trasporto richiede un mix di mezzi da impiegare, ciò che fa preferire un'impresa rispetto a un'altra è sempre più la sua capacità di gestire l'intero ciclo di trasporti dal mittente al destinatario, a prescindere dal fatto che essa utilizzi mezzi di trasporto propri o di terzi.

In quest'ottica la componente prezzo del trasporto tende a passare in secondo piano rispetto ad altri aspetti di qualità, quali la rapidità, l'affidabilità e la capacità di adattamento: fattori questi che possono assumere un ruolo primario nell'integrazione dei modi di trasporto da utilizzare. La semplice vezione, e il conseguente riferimento alle tonnellate per chilometro effettuate, non è più quindi il parametro fondamentale sul quale impostare il prezzo del servizio in relazione alle nuove necessità di carattere logistico. Il problema è quello di fornire prestazioni logistiche complete: è una direttrice difficile da perseguire, ma anche la più promettente in termini di risultati.

Tali prestazioni, se dispongono di un supporto informatico adeguato, possono governare e gestire flussi di domanda sempre più complessi e variabili, reagendo rapidamente alle variazioni di mercato senza subire contraccolpi tali da modificare sostanzialmente il livello di servizio offerto.

In sostanza quindi gli operatori del trasporto devono tendere a trasformarsi in operatori logistici in grado di vendere un servizio integrato e non la semplice vezione. Lo sviluppo e l'espansione della logistica costituiscono un fattore di promozione e di crescita per le imprese di trasporto capaci di organizzare e di assumere la gestione di flussi complessi per conto del mittente e al tempo stesso di coordinare i mezzi di

trasporto, i magazzini e la distribuzione con il supporto di sistemi informatici più o meno sofisticati interconnessi con quelli dei mittenti stessi.

Anche nel settore del trasporto si è sentita l'influenza della customer satisfaction in quanto le aziende modificano le proprie strategie di marketing in base alle preferenze dei clienti e alle esigenze del mercato.

[Pag. 9](#)