



La rete dei "campioni della capillarità"

Logista è un punto di riferimento per la logistica di prossimità che ha puntato tutto su innovazione, diversificazione e sostenibilità. Perché è su questo che si gioca il futuro dell'intero settore

di Vittorio Petrone

IL 2025 RAPPRESENTA UNA TAPPA IMPORTANTE PER LOGISTA ITALIA, CHE SPEGNE LE SUE PRIME VENTI CANDELINE, UN TRAGUARDO ALL'INSEGNA DELL'INNOVAZIONE E DI UNA SERIE DI INIZIATIVE PER RAFFORZARE LA PROPRIA PRESENZA SUL MERCATO. Logista Italia è parte del Gruppo Logista, leader nella distribuzione di prossimità in Europa, con oltre 200mila punti vendita serviti in 7 Paesi (Spagna, Portogallo, Italia, Francia, Belgio, Paesi Bassi e Polonia). Non soltanto una realtà logistica, ma un vero e proprio partner strategico, così come vuole posizionarsi l'azienda, il cui valore aggiunto sta nella capacità di offrire **soluzioni end-to-end innovative**, talvolta anticipando le esigenze di mercato. Questo è l'approccio che ha permesso a Logista di espandersi in molteplici settori, con importanti investimenti in termini di tecnologia e digitale a beneficio di tutta la filiera. Fra i goal prioritari dell'azienda, oltre a garantire l'efficienza operativa, anche la valorizzazione del capitale umano: un approccio *human centric*, dicono in azienda, che consente di sta-

bilire un equilibrio virtuoso tra innovazione e persone. «Siamo pronti, più che mai, a cogliere le opportunità del mercato per investire e ampliare il nostro raggio di azione», spiega **Federico Rella**, vicepresidente e direttore corporate affairs di Logista Italia, che nell'ultimo anno fiscale ha fatturato 4,4 miliardi di euro attraverso una rete che conta 89 transit point, tre hub principali, un hub dedicato al Pharma e uno specifico per la Factory Logistics, con un collettivo di dipendenti e collaboratori di **oltre 3mila persone** che lavorano in esclusiva per Logista Italia. Un'organizzazione che permette la gestione di oltre 4 milioni di ordini all'anno grazie a 100 truck Logista Freight e 450 van per il *last mile*, che garantiscono una copertura capillare su tutto il territorio nazionale. *Economy* ha intervistato Rella per sondare cosa bolle in pentola e quali sono gli **scenari futuri della logistica** fra innovazione, sostenibilità e digitalizzazione.

Federico Rella, Vicepresidente e Direttore Corporate Affairs Logista Italia

Quest'anno celebrate vent'anni di presenza in Italia. Un bel traguardo...

Questo anniversario rappresenta un momento significativo per noi. Sembra ieri, quel lontano 2005, in cui, partendo dalle strutture logistico-organizzative di Etinera (divisione logistica dell'Ente Tabacchi Italiani), iniziammo la riorganizzazione e razionalizzazione della rete. Un percorso portato avanti nel rispetto dei tempi, delle persone e dei territori in cui eravamo presenti. Inizialmente eravamo in 200, oggi Logista Italia è una realtà di 600 dipendenti, ma considerando anche le persone che lavorano in esclusiva per noi arriviamo a oltre 3mila addetti. In questi vent'anni, Logista ha costruito in Italia una rete distributiva capillare, diventando un punto di riferimento per la logistica di prossimità. Oggi serviamo oltre 60mila punti vendita in tutto il Paese e raggiungiamo settimanalmente il 100% dei Comuni. Abbiamo sempre puntato su efficienza, innovazione e qualità, e il nostro ruolo di ponte tra produttori e rivenditori si è consolidato nel tempo, grazie alla capacità di evolverci e rispondere alle nuove esigenze del mercato.

Cosa bolle in pentola?

Abbiamo voluto celebrare questo traguardo





Logista Italia gestisce oltre 4 milioni di ordini all'anno grazie a 100 truck Logista Freight e 450 van per il *last mile*, che garantiscono una copertura capillare dell'intero territorio nazionale

Una leva strategica del vostro business è la diversificazione, dai prodotti di fumo e inalazione al retail fino al pharma...

Esattamente. Siamo partiti come distributori di prodotti regolamentati, ma nel tempo abbiamo ampliato la nostra offerta per rispondere alle evoluzioni del mercato. Logista Retail, ad esempio, è diventato un punto di riferimento nella distribuzione all'ingrosso di beni di largo consumo, con un catalogo di oltre 2mila prodotti, che vanno dall'elettronica agli alimentari. Un altro passaggio fondamentale è stato l'ingresso nel settore farmaceutico con Logista Pharma, un'area ad alto valore aggiunto dove mettiamo a frutto la nostra esperienza in mercati regolamentati. Questo ci permette di essere sempre più un operatore logistico a 360 gradi

Il vostro è un modello di business end-to-end: che ruolo occupano nella distribuzione innovazione e digitalizzazione? Il futuro del settore si gioca ormai tutto su queste due parole chiave?

L'innovazione e la digitalizzazione sono elementi chiave del nostro modello, che è poi quello che chiede, e sempre più chiederà, il mercato. Abbiamo sviluppato un sistema logistico altamente integrato, che ci permette di gestire l'intero processo, dall'ordine alla consegna finale, con un controllo in tempo reale su ogni fase della distribuzione. Le tecnologie digitali ci consentono di migliorare la trasparenza e l'efficienza, ottimizzando i tempi e riducendo gli sprechi. Questo approccio ha reso possibile l'implementazione dell'attuale modello di allestimento degli ordini, che oggi, a differenza che in passato, è centralizzato sui tre grandi hub di Tortona, Anagni e Catania. I nostri 89 depositi locali, moderni Transit Point dotati di Cash&Carry, fungono poi da interfaccia di collegamento con il network delle Rivendite.

con una serie di iniziative che coinvolgono tutta la nostra filiera. Come prima cosa è in fase di lancio la nuova campagna di comunicazione "Logistica di un'emozione", presentata in anteprima ai nostri stakeholder in occasione di un evento speciale che ha avuto luogo a Roma lo scorso 12 febbraio. Vogliamo raccontare come l'efficienza logistica sia collegata con la capacità di suscitare interazioni e risposte emotive. Essere vicini a milioni di persone grazie ai nostri servizi è per noi una vera fonte di ispirazione e spinta verso l'eccellenza, che si traduce in un sempre maggiore impegno a essere al fianco dei nostri clienti con soluzioni innovative.

Progetti e obiettivi futuri?

L'obiettivo principale è continuare a evolverci, investendo in innovazione, digitalizzazione e sostenibilità. La nostra crescita passa attraverso una strategia di diversificazione, che ci ha già portato a espanderci in nuovi settori come il farmaceutico con Logista Pharma. Vogliamo consolidare la nostra posizione di leader nella distribuzione di prossimità e ampliare ulteriormente il nostro raggio d'azione, mantenendo sempre alta l'attenzione alla qualità del servizio e, naturalmente, alla sostenibilità.

Quali sono gli ambiti Esg in cui investite più risorse ed energie?

La sostenibilità è parte integrante della nostra strategia. Abbiamo, quindi, adottato un modello di business che integra criteri Esg in tutte le nostre attività. L'attenzione all'ambiente si traduce nell'uso di energia rinnovabile, per le nostre sedi operative e in investimenti per ridurre l'impatto della no-

stra logistica. Il nostro impegno ci ha portati a ottenere numerose certificazioni Esg, sviluppando un modello definito *"sustainable way of doing business"*. Sul fronte sociale, puntiamo sulla valorizzazione delle persone, sul miglioramento continuo delle condizioni di lavoro. E su altri importantissimi temi come la gender equality. Infine, a livello di governance, perseguiamo la massima neutralità, trasparenza e responsabilità nel nostro operato.

Ci fa degli esempi di azioni concrete in tal senso?

Abbiamo avviato diverse iniziative concrete. Il progetto Logista Green Box, ad esempio, pre-

LOGISTA ITALIA LO SCORSO ANNO HA FATTURATO 4,4 MILIARDI DI EURO. DISPONDE DI 89 TRANSIT POINT E 3 HUB PRINCIPALI, PIÙ UNO PER IL PHARMA

vede il riutilizzo delle scatole di cartone fino a 4-5 volte. L'80% delle scatole viene riutilizzato, contribuendo a ridurre i rifiuti e ad ottimizzare il ciclo di vita dei materiali. Un'altra iniziativa di rilievo è Recycle-Cig, in collaborazione con il Ministero dell'Ambiente e il Centro di Coordinamento Raee, per il recupero e il riciclo delle sigarette elettroniche esauste. Le rivendite aderenti al programma sono dotate di contenitori dedicati, dove i consumatori possono smaltire i dispositivi esausti, indipendentemente dall'acquisto di nuovi prodotti. Inoltre, stiamo investendo nella produzione di energia rinnovabile per alimentare le nostre infrastrutture logistiche. Gli impianti fotovoltaici sui depositi, infatti, generano già un megawatt all'anno. L'obiettivo è raggiungere a breve i 5-6 megawatt.