



Come già fatto nel corso [della sua ultima assemblea generale](#), Ecg – è tornata a chiedere alle case automobilistiche garanzie sui volumi di produzione, in particolare con l’inserimento di minimi contrattuali, in modo da salvaguardare l’attività degli operatori della logistica di veicoli finiti, ora “sull’orlo del precipizio”.

“Dall’inizio del 2021 molti produttori non sono stati in grado o non hanno voluto fare previsioni sui volumi di produzione. Inoltre, pochi sono in grado di prevedere con certezza quando la situazione vedrà un miglioramento”. Secondo l’associazione, che rappresenta gli operatori della logistica dei veicoli finiti a livello europeo, il problema non è più legato solo alla carenza di semiconduttori ma anche a quella di materiali quali l’alluminio, il magnesio e il pellame. Come spiegato dal presidente Wolfgang Göbel, per far fronte alla diminuzione dei volumi e all’imprevedibilità, gli operatori reagiscono mettendo in atto soluzioni come “la riduzione della capacità o addirittura dei giorni di attività dei piazzali”, trovandosi però anche in difficoltà per la fuga dal settore degli autisti, che scelgono altre professioni o comunque abbandonano la logistica automotive.

Il direttore esecutivo di Ecg Mike Sturgeon, ha inoltre lamentato una marcata differenza di trattamento da parte delle case automobilistiche, rispetto a quello che invece è garantito agli operatori logistici che si occupano degli approvvigionamenti. “È un dato di fatto che il settore della logistica outbound sia trattato in modo completamente diverso rispetto ai fornitori della logistica inbound. I produttori di automobili per anni hanno tratto vantaggio dal loro rapporto con i fornitori di logistica outbound offrendo volumi sovrastimati, oppure nessuna garanzia di volumi e con l’aspettativa che gli operatori logistici avrebbero ammortizzato qualsiasi oscillazione di mercato raggiungendo comunque livelli di fornitura esigenti”. In sintesi, secondo Sturgeon, il segmento inbound lavora “con grande spirito di collaborazione” mentre in quello outbound “i produttori stessi sono pronti a sfruttare le loro relazioni con i fornitori”.

[ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER GRATUITA DI SUPPLY CHAIN ITALY](#)