

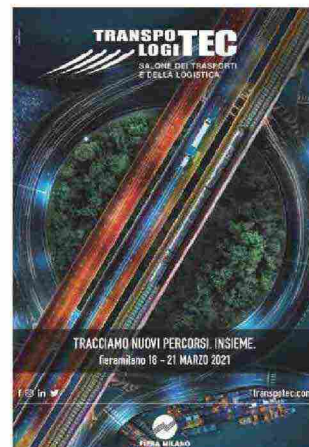
COMMERCIALE

ATTUALITÀ - FIERE

a cura della Redazione

Transpotec Logitec 2021

La manifestazione leader in Italia per i settori trasporti e logistica, in programma dal 18 al 21 marzo 2021, si prepara a un'edizione che vuole offrire un contributo concreto al settore



Il prossimo appuntamento con Transpotec Logitec è tra poco meno di un anno, a Fiera Milano dal 18 al 21 marzo 2021. Riparte dunque il cammino verso la manifestazione, in un momento in cui il settore dell'autotrasporto sta concretamente dando prova del valore che ricopre a livello economico, ma soprattutto sociale, per l'intero Sistema Paese. Muovere le merci, soprattutto quando si tratta di beni di prima necessità come il cibo o i farmaci, è infatti cruciale per garantire i servizi essenziali a tutta la comunità civile. E in questo momento, grazie anche al contributo degli autotrasportatori, lo si sta dimostrando "sul campo". Si tratta di un mercato consapevole del proprio ruolo, che oggi più che mai ha bisogno di continuità e sicurezza e che, a valle di questo particolare momento, dovrà farsi trovare pronto a cogliere le opportunità di progresso, avviando una riflessione sui nuovi scenari tecnologici, le urgenze occupazionali, le sfide del prossimo futuro. Transpotec Logitec 2021 vuole essere lo strumento in più al fianco degli operatori del trasporto e della logistica, per favorire questo confronto, creando concrete occasioni di rilancio di tutti i comparti. Pensata come una piattaforma integrata di business e contenuti, la manifestazione si focalizzerà su quei temi che stanno

avendo concreti e significativi impatti su organizzazioni aziendali, processi logistici e competenze di chi opera nel settore. Al centro del progetto saranno infatti la mobilità sostenibile, in chiave ambientale, viste le nuove normative europee sulle emissioni, ma anche in termini di total cost of ownership; la sicurezza, aspetto che unisce in una cultura sempre più condivisa costruttori, autotrasportatori e responsabili della movimentazione di merci e persone; la digitalizzazione di mezzi e servizi, che sta rivoluzionando le potenzialità dei veicoli, ma anche la quotidianità degli operatori di logistica e autotrasporto. Trasversale, infine, il tema della professionalità e della formazione dei giovani, tra ricerca di nuovi skill e paradossi occupazionali: in una Europa in cui la gran parte delle merci trasportate via terra viaggia su gomma, la penuria di camionisti e tecnici specializzati è un tema comune. Solo in Italia ne mancano più di 20.000 (fonte UNRAE). Transpotec Logitec 2021 nelle sue varie accezioni - vetrina di innovazione, laboratorio di contenuti, osservatorio di mercato, incubatore di nuove idee - darà dunque spazio a questi temi, in una logica di business e aggiornamento professionale, proponendosi come hub internazionale a servizio del mercato e dei suoi attori. La sfida di Transpotec Logitec 2021

è ben sintetizzata dalla nuova identità grafica, che accompagnerà nei prossimi mesi la manifestazione organizzata da Fiera Milano. Transpotec Logitec si presenta con un visual che racchiude in sé ogni elemento della mobilità e del trasporto e racconta l'anima più profonda di questo mondo, fatto di connessioni e interazioni. La strada è l'elemento dominante, quello che salta subito all'occhio e che tutti conoscono e capiscono, ma, osservando bene, sono tante le realtà narrate ed esplorate: dal trasporto su gomma al ferroviario, fino al marittimo. La strada, con tutti i suoi colori che richiamano quelli del logo di Transpotec Logitec, diventa quindi un raccordo tra le molte anime che rappresentano il comparto, mentre la sua direzione, verso l'alto, suggerisce una crescita e uno sviluppo che non si ferma e che tende al positivo. A coronare tutto questo, un cuore verde, pulsante, che richiama la sostenibilità e l'attenzione per il mondo "green". La scelta di coniugare l'immagine a un claim in prima persona plurale, "Tracciamo nuovi percorsi. Insieme", testimonia infine la volontà di costruire, ancora una volta, un progetto espositivo condiviso con le varie componenti del mercato: produttori, stakeholder, associazioni, realtà accademiche e media. ■