



## RifLine Group si rafforza nel Mediterraneo e in Asia

**Isola, CEO RifLine: “Abbiamo più che quadruplicato i volumi sulle rotte dell’Est, valutiamo ora l’inserimento di nuove navi per avere maggiori volumi e rispondere alle sempre maggiori richieste dei nostri clienti”**

*Il settore della logistica cambia pelle, anche sulla spinta degli obiettivi di riduzione delle emissioni e attraversa una vera e propria rivoluzione post pandemia Covid-19*

In particolare, l’andamento dei noli e le sempre maggiori richieste dei clienti tra Asia ed Europa stanno favorendo la nascita e la crescita di armatori sempre più agili che riescono ad offrire tempi di viaggio reali competitivi. Tra queste c’è **RifLine Group**, leader della logistica internazionale, che ha fatto registrare una crescita sorprendente, arrivando ad essere una delle più importanti compagnie di navigazione battenti bandiera italiana.

*“Stiamo estendendo il nostro network sia nel Mediterraneo che in Asia, per poter avere maggiori volumi viste le continue richieste da parte dei nostri clienti - spiega **Francesco Isola**, Ceo e Founder di RifLine - In particolare, abbiamo aumentato la nostra capacità di stiva dall’Asia. Quando abbiamo iniziato nel 2021 avevamo sulla **rotta asiatica** due navi che effettuavano servizio con una capacità di 1100 TEU ciascuno, oggi queste rotte vengono percorse da ben quattro navi che hanno la capacità media di 2500 TEU. Valutiamo - sottolinea il Ceo - l’inserimento di nuove navi per aumentare la frequenza del servizio. Abbiamo, in pratica, più che **quadruplicato i volumi**”.*

RifLine, nello specifico, è passata da circa 15mila TEU l’anno a oltre 50mila nel solo 2023, *“L’obiettivo nei prossimi anni - annuncia Isola - sarà quello di raggiungere i **100mila TEU** trasportati sulle rotte del Far East. In particolare, il Bangladesh rimane un mercato fondamentale su cui siamo protagonisti con transit time più bassi rispetto a quelli che possono offrire i nostri competitors”.*

Il calo di prezzo dei noli marittimi e la diminuzione dei volumi di container trasportati negli ultimi anni non ha, comunque, fermato la crescita dell’azienda che ora punta a realizzare una **blue economy** pienamente sostenibile.

*“Il 2022 è stato un anno in chiaroscuro. Nonostante ciò - annuncia il Ceo - l’azienda si aspetta di chiudere con oltre 200 milioni di euro di ricavi e con un utile di circa 4 milioni di euro. E per il 2023 ci aspettiamo un sostanziale aumento di volumi che avevamo registrato già nel 2022 e che è continuato nel corso del 2023. Per i prossimi*

---

*anni la nostra sfida principale è legata agli interventi ambientali per ottimizzare e **ridurre i consumi** e adeguarsi alle nuove normative”.*