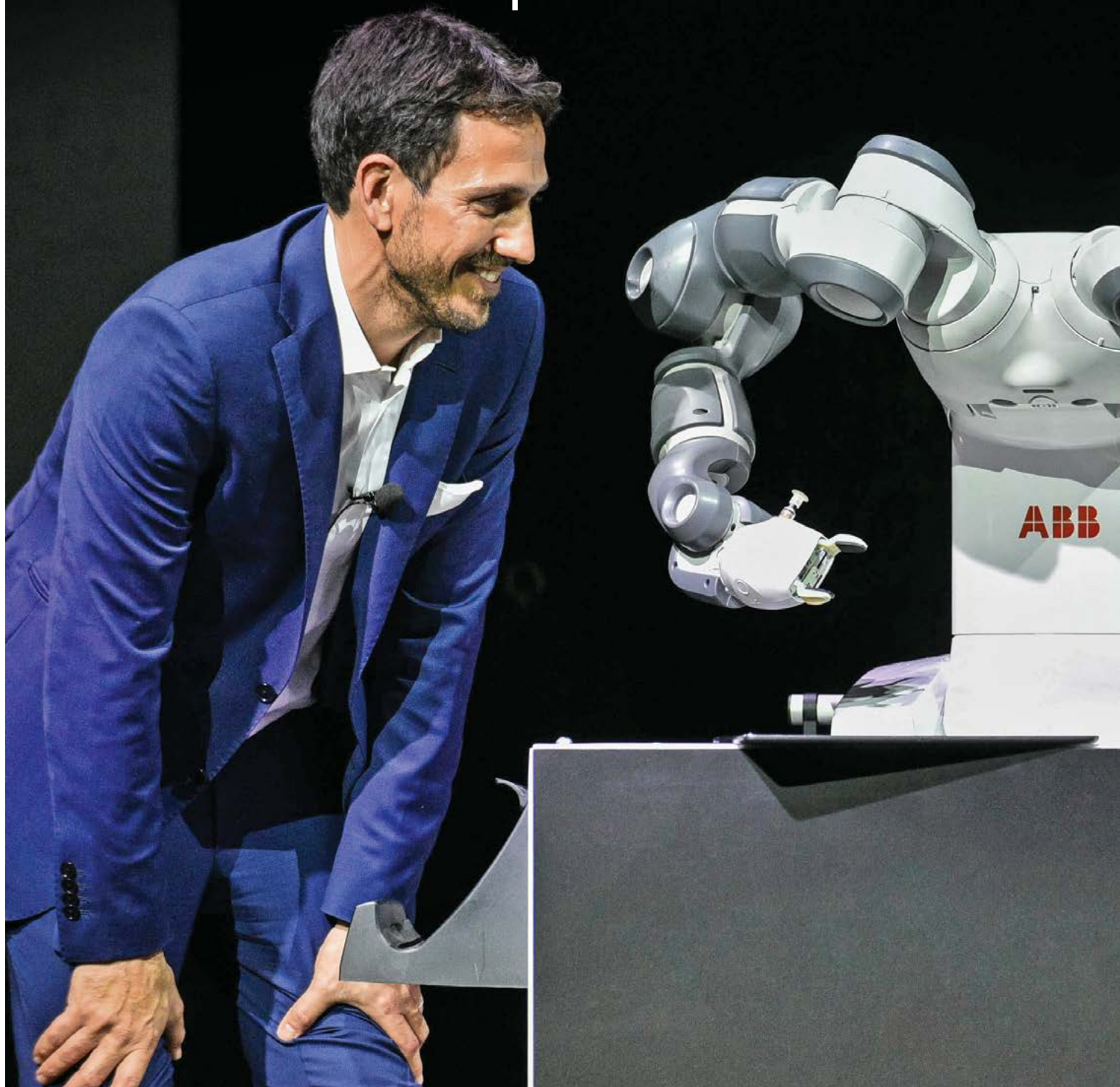
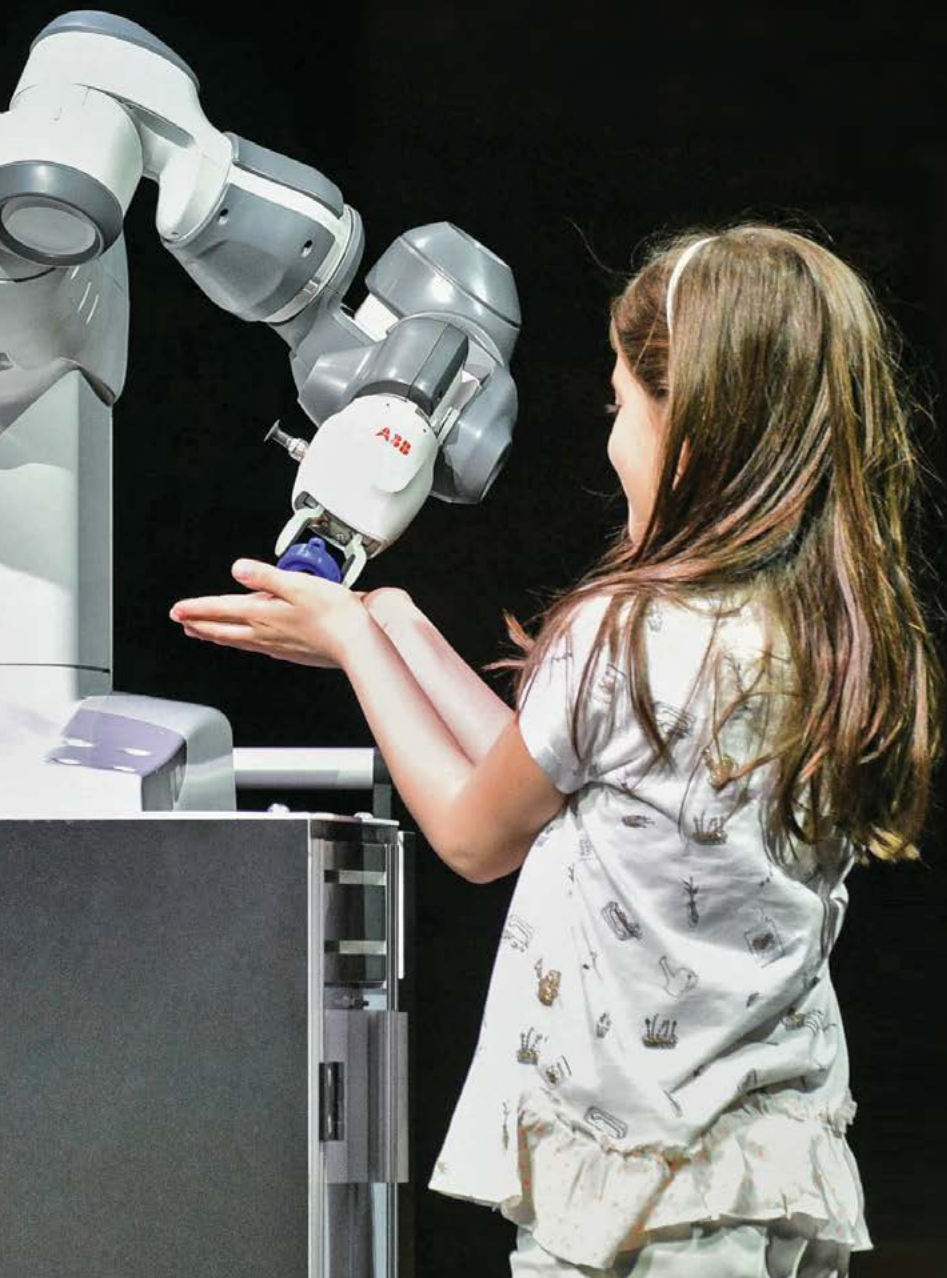


Viviamo
una trasformazione
affascinante
e molto complessa



A fine marzo è stato lanciato il progetto #ItaliaMeccatronica, sviluppato dal Gruppo Meccatronici di Assolombarda, di cui ABB Italia è attore di spicco, per riposizionare un comparto chiave per il sistema economico Italiano. Delle motivazioni profonde e degli obiettivi della nuova iniziativa ci parla Diego Andreis, Presidente del Gruppo Meccatronici.





MECCATRONICA

la meccanica del futuro

ItaliaMeccatronica: un progetto strategico lanciato da Assolombarda. Perché il Gruppo Meccatronici ha visto la necessità di questo rilancio? Quali pregiudizi dobbiamo superare?

La Meccatronica, evoluzione di quella che ancora oggi è conosciuta come Metalmeccanica, riguarda non solo il processo produttivo, ma anche il prodotto dove meccanica, elettronica e informatica convergono aprendo opportunità fino a ieri inimmaginabili. Questo settore sta vivendo delle trasformazioni tanto affascinanti quanto complesse. Il Gruppo Meccatronici di Assolombarda ha commissionato un'indagine per analizzare la reputazione del comparto.

Nelle imprese meccatroniche il lavoro ha raggiunto elevatissimi livelli di sofisticazione tecnica e tecnologica, e le imprese hanno bisogno di personale sempre più qualificato. Il talento dei dipendenti è la benzina che alimenta il motore delle imprese.

È emerso che le persone associano alla parola Metalmeccanica termini come catena di montaggio, ferro, tornio, tuta blu e aggettivi come sporco, faticoso, poco retribuito, pericoloso, poco qualificato e sfruttato. Questi dati hanno confermato che l'immagine e la

reputazione delle nostre imprese sono ancorate a una visione arcaica del settore, che non mostra le evoluzioni compiute in questi anni. Come valorizzare tale trasformazione e rendere questo comparto attrattivo in particolare per i giovani? Da qui un piano che potesse con forza riposizionare il settore e cambiarne la percezione.

Che peso ha la Meccatronica nell'economia del nostro Paese e quali sfide si trova ad affrontare sul piano nazionale e internazionale?

Il settore impiega in Italia 1,6 milioni di addetti e nel 2016 ha registrato esportazioni per 200 miliardi di euro e produzione in crescita del 2,4 per cento. L'industria metalmeccanica italiana produce ricchezza, misurata come valore aggiunto, per circa 100 miliardi di euro e genera circa l'82 per cento della produzione italiana definita ad alta e medio/alta tecnologia.

Questa straordinaria opportunità che chiamiamo quarta rivoluzione industriale o Industry 4.0 è caratterizzata da confini meno definiti e più ampi rispetto alle precedenti: non vengono investiti solo i processi di produzione ma, grazie all'accresciuta capacità di interconnessione, si stanno radicalmente trasformando anche i modelli di business e l'intera catena del valore. Tutto questo presenta sfide tanto importanti quanto complesse.

A questo si aggiunge il fattore dimensionale, dove l'Italia si presenta con un numero doppio di piccole e medie aziende rispetto a Germania e Francia e troppo pochi campioni di filiera. È quindi necessario da noi, ancor più che in altri Paesi, attivare nuovi modelli per la sperimentazione, lo sviluppo, l'adozione e la diffusione delle tecnologie abilitanti.

Il progetto si snoda intorno a quattro fattori determinanti che caratterizzano il

comparto della Meccatronica: che ruolo hanno le persone e le loro competenze all'interno di questa sintesi?

Il capitale umano è al centro di questa quarta rivoluzione, molto più di quanto lo sia stato nelle tre precedenti. Stiamo infatti parlando di una rivoluzione culturale, prima che tecnologica. Puntare sulle persone deve essere la priorità strategica di ogni azienda e del sistema nel suo complesso. Osserviamo però un crescente gap in termini sia di competenza che di consapevolezza, e questo non solo nei giovani, ma anche nella classe imprenditoriale e manageriale. Ed è proprio per spiegare questa complessità che la narrazione alla base del progetto #ItaliaMeccatronica si snoda attraverso quattro pilastri, ovvero i quattro motori che alimentano la meccatronica: l'uomo, l'impresa, l'ingegno e l'universo. Non è un caso se il primo motore del progetto è rappresentato dall'Uomo Meccatronico, i protagonisti dell'evoluzione delle imprese sono proprio gli uomini e le donne che vi lavorano e che vivono attualmente il medesimo problema delle imprese nelle quali sono impiegate: l'opinione pubblica ha di loro un'immagine legata a vecchi stereotipi. Nelle imprese meccatroniche il lavoro ha invece raggiunto elevatissimi livelli di sofisticazione tecnica e tecnologica, e le imprese hanno bisogno di personale sempre più qualificato. Il talento dei dipendenti è la benzina che alimenta il motore delle imprese. L'obiettivo di questo motore del progetto è proprio valorizzare il talento e l'impegno degli uomini e delle donne che lavorano per le imprese meccatroniche di Assolombarda, creando senso di appartenenza e consapevolezza del loro ruolo e della propria importanza. Valorizzando l'immagine dei nostri tecnici renderemo giustizia alle loro competenze e potremo stimolare i giovani a seguire la stessa strada.

Grazie all'innovativa collaborazione tra Assolombarda e la Fondazione Pubblicità Progresso - che ha valutato il tema in linea con le proprie finalità - è stato realizzato uno spot che evidenzia il cambio di paradigma raccontando il passaggio dalla metalmeccanica alla meccatronica: con questa campagna si intende valorizzare il comparto, mostrando le opportunità che può offrire un settore che è un'eccellenza per il nostro Paese.

Creare nuova attrattività per i giovani è uno degli scopi del riposizionamento di cui ci ha parlato: quali opportunità può offrire loro oggi il settore? Come possono il mondo della scuola e delle imprese lavorare insieme per avvicinare i talenti del futuro alla Meccatronica?

A Davos è stato detto che il 65 per cento dei giovanissimi che entrano oggi alle elementari svolgeranno lavori che oggi non esistono. Affinché questa evoluzione sia sostenibile, dovremo come imprenditori e manager da una parte guidare la trasformazione del settore, dall'altra avremo bisogno di essere attrattivi verso questi giovani.

Il lavoro nelle nostre aziende è in forte evoluzione. Le competenze trasversali completano quelle verticali. La capacità di analizzare e risolvere problemi diventa sempre più importante.

Il primo grande vantaggio per i giovani sono sicuramente le nuove offerte formative in ambito meccatronico, sempre più

spendibili nelle imprese del territorio grazie all'importante coinvolgimento delle aziende nei canali di istruzione secondari e terziari e alla stretta collaborazione in ambito di alternanza scuola-lavoro. Le aziende e gli istituti tecnici professionali devono lavorare insieme per far sì che il piano di studi sia sempre attuale e che gli studenti possano effettuare stage in azienda per specializzare le proprie competenze fin da subito e scoprire che la fabbrica è sinonimo di tecnologia, ordine, precisione, automazione, elettronica, meccanica, futuro. Assolombarda e le imprese sono in prima linea. Il progetto Traineeship di Federmeccanica e del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca punta a coinvolgere 5.000 studenti provenienti da 50 istituti tecnici, selezionati dal MIUR, in percorsi triennali di alternanza scuola-lavoro con la collaborazione di almeno 500 imprese. Il progetto è attivo in 50 province italiane, 6 delle quali sono in Lombardia. In particolare vorrei evidenziare i numeri lombardi: 600 studenti, almeno 60 imprese per un monte ore complessivo di 240 mila nel triennio 2016/2018. Tra i soggetti attivi nel territorio lombardo per la formazione dei "futuri meccatronici" contiamo all'incirca 40 istituti tecnici e professionali e 4 corsi ITS a cui si aggiunge l'offerta formativa di 3 atenei. Nel quadriennio 2013-16 sono stati più di 5.300 i lavoratori del settore metalmeccanico che hanno partecipato ad attività di formazione continua.

Il nuovo logo che accompagna il progetto unisce tradizione e futuro: è anche un messaggio per le imprese perché comunicano con maggior apertura l'innovazione che stanno realizzando al loro interno?

Con il nuovo logo abbiamo voluto evidenziare il contenuto di innovazione e di proiezione verso il futuro insito nella Meccatronica. La componente digitale, la connessione si combina e si fonde con la componente meccanica, così come accade sempre più all'interno dei nostri processi produttivi e dei nostri stessi prodotti. In particolare sottolineo la familiarità ricercata anche nei colori: il blu della parte analogica (l'ingranaggio) è quello di Assolombarda, mentre l'arancio acceso per la parte digitale esprime la propensione verso il futuro e l'innovazione conferendo risalto ulteriore alla proiezione verso l'alto della forma, in segno di comunicazione ed evoluzione.



Diego Andreis

È nato a Milano nel 1976. Dopo la laurea in Ingegneria Gestionale presso il Politecnico di Milano ha proseguito il percorso formativo coltivando il suo interesse per l'innovazione tecnologica e il management presso SDA Bocconi, Harvard Business School e London Business School.

Dopo aver fondato e gestito per due anni Fluid-o-Tech Asia a Pechino, dal 2009 è Managing Director di Fluid-o-Tech S.r.l., azienda italiana leader di mercato per qualità e innovazione nella progettazione e produzione di pompe volumetriche e sistemi per la gestione dei fluidi. Negli ultimi due anni Fluid-o-Tech ha investito mediamente il 7 per cento del fatturato in Ricerca e Sviluppo ricevendo, nel 2014 e nel 2016, il Premio Nazionale per l'Innovazione.

Dal 2015 Andreis è Presidente del Gruppo Meccatronici Assolombarda e Vice Presidente Federmeccanica con delega all'Europa e ai Rapporti con le multinazionali e le grandi imprese.

Per il biennio 2016-2018 è stato eletto Presidente CEEMET, la Federazione delle imprese europee attive nei comparti della meccanica, dell'ingegneria e della tecnologia.