

Fare sistema? È come un orologio...

Strategie di innovazione e di internazionalizzazione per la competitività al centro del convegno Assogomma tenutosi giovedì scorso a Milano.

20 giugno 2016 07:10



Trovare la strada della competitività in un mercato globale, attraverso l'innovazione e la internazionalizzazione, superando i limiti dimensionali: questo l'obiettivo del convegno organizzato giovedì scorso a Milano da Assogomma, rivolto alle piccole e medie imprese dell'industria italiana della gomma.

NUOVO MODELLO DI SVILUPPO. Tema critico per molte imprese, non solo di questo settore. Se in passato era sufficiente avere un know how tecnico consolidato e una produzione efficiente, oggi per competere è necessario un approccio per progetti e nuovi modelli di sistema. E questo vale non solo per chi lavora direttamente con le grandi multinazionali del settore auto o dell'elettrodomestico, ma anche per le numerose aziende, spesso ancora più piccole, che lavorano indirettamente per i grandi gruppi industriali, attraverso produttori di assemblati o di componenti complessi.

LOGICA CIRCOLARE. Secondo gli esperti interventi al convegno, occorre abbandonare una logica lineare e sequenziale per adottarne una circolare: più completa, basata su un progetto che permetta di rispondere alle necessità del mercato globale, riunendo le aziende che vogliono innovare e che condividono un obiettivo comune.

“Le piccole e medie aziende del settore gomma - ha esordito in apertura dell'evento la Presidente di Assogomma Marta Spinelli - necessitano di un aiuto per fare un salto di qualità entrando in una logica di sistema in modo da essere considerate dai clienti finali dei soggetti di riferimento, e come tali meritevoli di essere inseriti a pieno titolo nelle logiche progettuali, che diventano ogni giorno di più la chiave del successo futuro. Una ricetta per continuare a svolgere il ruolo di sempre, assicurandosi continuità di forniture e rapporti durevoli.”

COME UN OROLOGIO. Roberto Panigada di TMCCbyDialoga ha usato la metafora dell'orologio per spiegare alla platea il significato di sistema. L'orologio è infatti un prodotto complesso che rappresenta al meglio un sistema quando è in movimento.

Si parte dalla “molla”, ovvero come liberare energia e favorire l'innovazione. E su questo tema è intervenuto il Prof. Vittorio Amato, Presidente di Akron. Dalla “molla” si passa al “modello dell'orologio”, definendo “le strategie e l'importanza di fare sistema”, come ha spiegato il Prof. Alberto Cellini, Amministratore Unico di Polis, nonché docente in diverse Business School, tra cui il MIP del Politecnico di Milano.

Un altro aspetto importante è il passaggio dal concetto di “prezzo” dell’orologio a quello di “valore”, e quindi al “meccanismo” che lo distingue. In altre parole comprendere “Perché è importante gestire la proprietà industriale”. Tema affrontato dall’avvocato Angela Zampetti, dello studio Coloberti&Luppi, che ha sottolineato come la tutela della proprietà industriale sia un modo efficace per proteggere le aziende, anche quelle di piccole dimensioni, nei confronti di terzi.

DARE AL CARICA. Continuando con l’esempio dell’orologio, per farlo funzionare, occorre anche la “carica”, cioè precise decisioni strategiche, dalla definizione del business plan alla ricerca di fonti finanziarie, tema dell’intervento del Direttore di Arché, Guido Valentini: “un business plan ben fatto un fondamentale biglietto da visita per iniziare una negoziazione con i possibili finanziatori. Oggi, più che un consiglio, è un obbligo”.

Non da meno, per completare l’orologio occorre definire “quali materiali dovranno essere utilizzati” per costruirlo. Il Presidente e fondatore di Moldex3D Italia, Giorgio Nava, ha illustrato, con software innovativi, come sia possibile simulare prodotti e processi di produzione dei diversi articoli in gomma.

Infine, “un esempio di un orologio in funzione”, cioè “come il cliente finale responsabilizza i suoi fornitori in una logica di sistema” è stato al centro dell’intervento conclusivo di Paolo Chiappero e Francesca Dalmasso, del Centro Ricerche FCA, entrambi con una pluridecennale esperienza e competenza specifica nel mondo degli elastomeri. I due relatori hanno spiegato dettagliatamente quali siano le aspettative di FCA rispetto ai fornitori di articoli in gomma, prodotti ritenuti di fondamentale importanza.

GOMMA E AUTO. La gomma gioca infatti un ruolo di primo piano nei moderni veicoli. In una vettura si stima che ci siano mediamente circa 70 kg, equamente suddivisi tra pneumatici e numerosi piccoli componenti, spesso non visibili, come guarnizioni, tubazioni, nastri autoadesivi, antivibranti, cuffie, cinghie. Pezzi dal costo ridotto, ma con un altissimo contenuto tecnologico che risultano determinanti per il buon funzionamento di qualsiasi mezzo. Basti pensare alle conseguenze di una guarnizione para olio o di un tubo condizionamento che perdano, di un profilato per finestrini che non offra perfetta tenuta con conseguenti problemi di comfort, infiltrazioni, rumore, isolamento, o vibrazioni.

FARE SISTEMA. “Fare sistema significa unire le forze, lavorare insieme, condividere progetti ed in questo senso ben vengano iniziative che coinvolgano l’intera industria trasformatrice della gomma insieme agli utilizzatori professionali dei nostri sempre più sofisticati articoli in gomma. Ma non basta, occorre allargare il campo anche ai fornitori di gomme sintetiche e di mescole, come in questa occasione che ha visto la collaborazione di Versalis, Zeon e Comet”, ha affermato il Direttore di Assogomma Fabio Bertolotti a conclusione dell’evento.

Fonte: Assogomma

© Polimerica - Riproduzione riservata