

Focus

Imprese per la crescita

Giovani & Lavoro

Cultivare i talenti (non solo per industria 4.0) è la chiave per lo sviluppo di aziende e sistema-Paese

Solo la formazione continua può creare e mantenere occupazione in un mercato del lavoro mutevole e sempre più specializzato
- Servizio a pagina 25

+ Trova di più nel sito isole24ore.com



L'ANALISI

Il made in Italy può battere recessione e concorrenza

Marco Fortis

Appuntamento nel 2020. Connex, organizzato nel centro congressi Mico, all'ombra delle torri di CityLife a Milano, tornerà il 27-28 febbraio 2020, con l'obiettivo di raddoppiare i numeri dell'edizione 2019 appena conclusa

Nonostante la recessione che ci ha colpito nel secondo semestre 2018 e la prospettiva di un aggravamento del quadro macroeconomico nel 2019, l'industria italiana possiede molti più anticorpi per reagire rispetto alle precedenti crisi del 2008-2009 e del 2012-2013. E non vi è alcun dubbio che il made in Italy sia oggi estremamente più competitivo di un tempo. Con circa 1.500 prodotti in cui siamo nei primi cinque posti al mondo per migliore bilancia commerciale, l'Italia detiene il quinto surplus manifatturiero con l'estero, ex aequo con Taiwan, dopo Cina, Germania, Corea del Sud e Giappone. Le nostre piccole e medie imprese manifatturiere con 10-249 addetti sono prime per export nell'area Ceca, con 180 miliardi di dollari, mentre le nostre grandi imprese manifatturiere con oltre 250 addetti, pur essendo appena più di 1.000, da sole esportano 191 miliardi di dollari. In pratica, l'export manifatturiero italiano vale secondo modo due volte quello dell'industria spagnola, che si ferma a 189 miliardi.

Il made in Italy non ha alcun timore reverenziale di fronte ai concorrenti mondiali. Anche perché negli ultimi anni ha investito molto in ricerca e sviluppo, qualità dei prodotti, tecnologia, internazionalizzazione, connessione in rete con fornitori e clienti. In un fascicolo statistico di prossima pubblicazione, preparato in occasione del suo ventennale (1999-2019), la Fondazione Edison evidenzia lo straordinario sforzo di trasformazione compiuto dalla nostra industria dal 2014. In pol. Nel triennio 2015-2017 gli investimenti italiani in macchinari e attrezzature, grazie al superammortamento e al piano Industria 4.0, sono cresciuti ad un tasso annuo record del 6,7%, doppio di quello tedesco. Nei comparti di nostra maggiore specializzazione siamo ai vertici in Europa per spesa delle imprese in R&D: primi nel tessile-abbigliamento-pelli-calzature-mobili nel 2016 con 686 milioni di euro e secondi solo alla Germania nelle macchine e apparecchi meccanici con 1 miliardo e 635 milioni. Dati che sfatano il luogo comune secondo cui le nostre imprese non farebbero ricerca. Non solo. L'Italia detiene un importante peso sotto a livello mondiale per stock complessivo di robot installati (64,366 unità nel 2017). Siamo preceduti soltanto da Cina, Giappone, Corea del Sud, Stati Uniti e Germania, che hanno da numeri più grandi di noi. Fatto che però dipende dall'alta densità di robot in settori come l'automotive e l'elettronica in cui il nostro Paese è scarsamente presente. In realtà, l'Italia primeggia nei suoi campi di specializzazione, essendo quarta al mondo con 7.023 robot installati nell'alimentare-bevande-tabacco, a poca distanza dalla Germania. Siamo inoltre secondi solo alla Cina nel tessile-abbigliamento-pelli-calzature e alla Germania nel legno-arredo. La crescita dei robot in Italia è stata impressionante negli ultimi tre anni: +48% nell'alimentare, +27% nella moda, +21% nel legno-arredo, +23% nella metalmeccanica. Le politiche per l'Industria 4.0 hanno messo il turbo al made in Italy e lo hanno reso più forte.

In rete sono attive 500 imprese: non solo grandi nomi, ma anche Pmi di tutti i settori economici

Su isole24ore.com

DOSSIER Online tutti gli articoli su Connex, con video e interviste <http://24o.it/connex-vision>

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Strategie per lo sviluppo. L'evento di Confindustria sul partenariato industriale ha attivato relazioni che continuano sulla piattaforma online creata per mettere in connessione le aziende

Connex prosegue il dialogo nel marketplace digitale

Nicola Picchio

numeri sono andati anche oltre le aspettative: 7mila i visitatori, 450 gli espositori, 2500 gli incontri B2B tra le imprese fino all'esaurimento dei tavoli, oltre 4mila contatti per incontri futuri. 80 eventi, la firma di molti accordi. E poi 500 imprese presenti online nel marketplace, la piattaforma digitale che resterà attiva per consentire lo scambio e le relazioni tra le aziende.

È il risultato di Connex, il primo evento nazionale di partenariato tra imprese di Confindustria che si è tenuto il 7 e 8 febbraio a Milano, al Mico, organizzato per mettere insieme il mondo produttivo, farlo dialogare, creare reti, spingere le filiere di settore e tra piccole, medie e grandi imprese. Un'iniziativa che, appunto, continua: online, nel marketplace, per poi darsi appuntamento il 27 e il 28 febbraio del prossimo anno, con numeri che già si prevedono in crescita, visto il successo dell'edizione 2019.

«Quando l'industria cresce, cresce l'Italia e se cresce l'Italia cresce l'Europa», è stato il messaggio di Vincenzo Bocca, presidente di Confindustria. «Connex - ha illustrato Bocca - è un salto di qualità di Confindustria che diventa sempre di più attore sociale e vuole definire proposte nell'interesse del Paese. È un esperimento che apre una nuova

stagione del nostro mondo associativo, un evento realizzato dalle imprese per le imprese, con l'obiettivo di disegnare un futuro per il mondo produttivo, per fare squadra e mettere a fattor comune eccellenze e conoscenze. Come Confindustria, abbiamo anche il compito di accompagnare la crescita delle imprese».

Ad inaugurare, la mattina del 7 febbraio, è stato proprio Bocca, assieme al presidente di Assolombarda, Carlo Bonomi, e a Stefano Cuzzilla, presidente di 4.Manage e Federmanager. All'evento milanese (creato su un format di Unindustria Lazio) era presente tutta la squadra di presidenza di Confindustria, a partire da Antonella Mansi, vicepresidente per l'organizzazione, che ha avuto la regia dell'iniziativa e dell'evento finale. Con lei Licia Mattioli, vice presidente per l'internazionalizzazione, che ha coordinato la parte internazionale e l'incontro con la Confindustria del Marocco; Lisa Ferrarini, vice presidente per l'Europa, che si è concentrata sul ruolo del made in Italy; Maurizio Stirpe, vice presidente per le relazioni industriali, che ha presieduto il premio sicurezza sul lavoro in collaborazione con l'Inail; Giulio Pedrollo, vicepresidente per la politica industriale, e Giovanni Bugnoli, vicepresidente per il capitale umano, che hanno tirato le fila dei lavori su innovazione e capitale umano.



Quando l'industria cresce, cresce l'Italia e se cresce l'Italia cresce l'Europa
Vincenzo Bocca
Presidente di Confindustria

Carlo Robiglio, presidente della Piccola Industria, e Alessio Rossi, presidente dei Giovani, sono intervenuti sul tema della managerialità. I giovani imprenditori di Confindustria sono stati anche presenti con i loro stand Casa Cì ed hanno collaborato alla "Call 4 start up", un bando per nuove imprese (le 20 vincitrici sono entrate di diritto a Connex); Stefan Pan, vice presidente di Confindustria e presidente del Consiglio delle rappresentanze regionali e per le politiche di coesione territoriale, ha coordinato l'accordo tra Confindustria-Agid-Conferenza delle Regioni-Itaca agli appalti innovativi presentando un portale, AppaltInnovativi.gov, realizzato dall'Agenda per l'Italia digitale, per cambiare l'approccio delle pubbliche amministrazioni verso il mercato.

Sotto la guida del direttore generale Marcella Panucci, ha contribuito alla buona riuscita dell'iniziativa l'intera struttura di Confindustria, e in particolare l'Area Eventi, che ha collaborato tra l'altro all'organizzazione dei roadshow preparatori in tutta Italia.

L'evento si è articolato su quattro driver tematici: la persona al centro del progresso; la fabbrica intelligente; le aree metropolitane motore dello sviluppo; il territorio laboratorio della crescita sostenibile. In più un focus specifico su internazionalizzazione e made in Italy, con seminari su Cina e Germania.

C'erano piccole, medie e grandi aziende tra gli stand di Connex, aperta anche ai non iscritti a Confindustria, proprio per ampliare la possibilità di contatti e fare rete, in un approccio di progetto Paese. Eccellenze poco conosciute e grandi nomi, tra cui spiccano Banca Intesa e Umana, Enel, Leonardo, Eni, F5, Erg, Google, Amazon, Sogin, Exprivia-Italtel, Tim con Olivetti, Ibm, Siemens, Audi, Mastercard Europe, Edenred Italia. Inoltre, non mancava il mondo universitario, dalla Luiss alla Liuc; oltre al sistema associativo con molte territoriali con il proprio stand.

Tra gli eventi, un focus sullo sviluppo economico, realizzato da Sogin, con la partecipazione anche delle istituzioni, presente il sottosegretario al ministero dello Sviluppo economico, Davide Crippa, per analizzare il percorso per lo smarting delle scorie nucleari. Un tema delicato e con grandi ricadute per il sistema delle imprese, su cui da anni l'Europa ci chiede di impegnarci per arrivare ad una soluzione.

Nella due giorni di Connex si è svolta anche una tappa del roadshow Imprese per l'Africa, con la Fondazione E4Impact. Sui temi della formazione e managerialità sono concentrate le attività di Fondimpresa, presente con il suo presidente Bruno Scuto, e 4.Manage. Quest'ultima ha realizzato un sondaggio in tempo reale tra le imprese, da cui emerge che la figura ma-

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Focus

Imprese per la crescita

Costruttiva la condivisione di best practice a Connex. In prima linea molte piccole e medie aziende, incubatori come Digital Magics, colossi come Leonardo, Siemens e Hp, banche al top come Intesa Sanpaolo

Innovazione. La piattaforma online appena creata è un nuovo strumento per il dialogo tra big, Pmi e startup, ma anche luogo di scambio di saperi

Partnership e reti: così si mette il turbo all'open innovation

Luca Orlando

«In tutta franchezza, ho partecipato con qualche scetticismo. Ma il risultato dei confronti B2B è stato positivo e credo che l'anno prossimo ci saremo ancora». Giancarlo Losma, imprenditore della componentistica delle macchine utensili, da Connex non ha portato a casa alcun nuovo contratto o commessa aggiuntiva. Non era questo del resto l'obiettivo. Il gradimento è infatti legato ad altro ed è un primo segnale della validità del modello messo in campo: un percorso costruito con l'obiettivo di accelerare l'innovazione aprendosi al mondo esterno, in uno schema che punta sul confronto, l'ampliamento del network, l'accesso a servizi e opportunità di sistema.

«Nessuno, e a maggior ragione le Pmi», spiega il vicepresidente per la politica industriale di Confindustria, Giulio Pedrollo - può pensare oggi di innovare in modo indipendente e autonomo. Ma per battere la strada dell'open innovation servono confronti e contaminazioni. E il nostro obiettivo con Connex era proprio quello di mettere insieme diversi mondi e farli dialogare, presentando anche una serie di case history che potessero dare a tutti nuove suggestioni. L'evento di presentazione delle imprese innovative è stato in effetti tra i più seguiti, ho visto molte persone prendere appunti e ascoltare con attenzione le strategie adottate e i successi raggiunti. È stato un bel momento, che a mio avviso sintetizza lo spirito di Connex».

Strumento che si pone anche come ponte tra innovatori, aspiranti imprenditori e mercato. L'incubatore Digital Magics, ad esempio, ha creato in Connex un corner per consentire ai giovani di raccontare idee, modelli di business e partner, oltre ad aver selezionato tra poco meno di 200 candidature la rosa di 40 startup tra cui il comitato tecnico di Confindustria ha individuato le 20 esperienze migliori. «Il valore dell'iniziativa», spiega l'ad di Digital Magics, Marco Gay - è quello di fare incontrare queste realtà con le imprese già strutturate. Mi pare che l'esperimento abbia funzionato, perché ha prodotto contenuti e soprattutto contatti. Che ora possono essere portati avanti e sviluppati».

La piattaforma Connex è anche un modo per sistemizzare le diverse iniziative e opportunità in campo a disposizione delle aziende, come la rete dei Digital Innovation Hub creata da Confindustria e già operativa sull'intero territorio nazionale, o il Cluster Fabbrica Intelligente. «Di rado capita di riuscire a mettere insieme l'intero nostro sistema», spiega il presidente del cluster, Gianluigi Viscardi - e devo dire che il riscontro è stato ottimo: al cluster si sono iscritte molte aziende da tutta Italia, dal Friuli alla Puglia. È stato un modo per raccontare alle imprese il ventaglio di opportunità, il nuovo ecosistema che sta avanzando. Che vede molte iniziative in campo, tra cui ora bisogna scegliere. La sfida, naturalmente è quella di dare continuità alla piattaforma». Attraverso cui è possibile informarsi anche sulle opportunità offerte dall'Europa, proposte e bandi non sempre noti alle imprese. Come ad esempio i grandi progetti di interesse comune europeo, tema già trattato a Connex e ogget-



Partner 4.0
«Siemens ha messo a disposizione del Digital Innovation Hub il suo centro applicativo di Piacenza, offrendo 100 giornate di formazione 4.0», racconta Giuliano Busetto

to di un follow-up successivo. «Il nostro obiettivo», spiega Daniele Finocchiaro, presidente del gruppo tecnico ricerca e sviluppo di Confindustria - è quello di diffondere conoscenza, in modo da favorire la costruzione di partnership italiani che possano partecipare da protagonisti alle iniziative delle value chain strategiche europee. Le risorse in campo sono ingenti e dobbiamo fare in modo che le nostre imprese ne possano approfittare». Value chain come ad esempio cybersecurity, IoT o smart health, temi su cui le aziende italiane possono giocare un ruolo di primo piano.

Sfruttando anche le sinergie possibili con alcuni player globali delle nuove tecnologie, che di recente hanno siglato accordi quadro con Confindustria. Ad esempio Siemens, che mette a disposizione della rete dei Digital Innovation Hub il proprio centro tecnologico e applicativo di Piacenza, offrendo fino al 2020 in modo gratuito 100 giornate di formazione sulle tecnologie abilitanti di Industria 4.0. «Il nostro gruppo», spiega Giuliano Busetto, Country Director lead delle divisioni Digital factory e Process industries & drives di Siemens Italia - è presente in modo diretto nei centri di competenza che nasceranno a Milano, Torino, Bologna ma abbiamo voluto fare un passo in più, mettendo a disposizione del sistema in modo gratuito il nostro centro già operativo a Piacenza. Li abbiamo macchine funzionanti, non slide o presentazioni: è un modo per toccare con mano i benefici della digitalizzazione».

applicata ai processi. Potenzialmente puntiamo a coinvolgere 1.500 aziende».

Altra intesa strategica è quella biennale siglata nella formazione con Hp Italy, che mette a disposizione i propri esperti per 40 incontri annuali sul territorio all'interno della rete dei Dih. L'obiettivo è approfondire le soluzioni tecnologiche di design e produzione nella manifattura additiva. «Noi», afferma Tino Canegrati, ad Hp Italy - lavoriamo e collaboriamo da tempo con imprese e istituzioni italiane per rendere concreto il progetto di trasformazione digitale in atto. Questa intesa ci consentirà di mettere a disposizione la nostra esperienza e i nostri contenuti in ambito tecnologico per contribuire allo sviluppo di nuove competenze». Il link tra grandi aziende e Pmi è al centro del coinvolgimento in Connex di Leonardo, che con la propria rete di fornitura (in Italia gli acquisti valgono quattro miliardi di euro) ha avviato il percorso Leap 2020, un modo per rafforzare legami e creare partnership a monte. «Il bilancio è positivo», spiega il responsabile di procurement e supply chain Marco Zoffi - e non solo perché molte aziende hanno ascoltato la relazione. Dopo l'incontro ho ricevuto decine di chiamate inattese, soprattutto da parte di realtà che non sono attualmente nella filiera Leonardo. Ad esempio soggetti della motor valley emiliana, che pur non collaborando e non realizzano componenti e lavorazioni di altissima precisione con materiali innovativi, dunque aziende del tutto coerenti con il nostro mondo».

B2B. A Connex 2018 le imprese espositrici erano 450, si sono svolti 2.500 incontri B2B e sono stati avviati oltre 4.000 contatti commerciali sul marketplace



Internazionalizzazione. Il networking strutturato fra società può spingere il business anche in periodi di crescita stentata

Creare ponti verso l'estero apre nuovi mercati

Laura Cavestri

«Io ammetto, non sapevo bene che cosa aspettarsi. Ma siccome ci avevano detto che l'obiettivo più che vendere, era cercare partner, ragionare in ottica di filiera, abbiamo deciso di non mandarci i commerciali» ma i nostri esperti di ricerca e sviluppo. Abbiamo fatto bene. Abbiamo trovato due startup con cui potremo proseguire lo sviluppo di sensori intelligenti applicati all'abbigliamento di Vigili del fuoco, Polizia ed Esercito». Per Roberto Grassi, che da anni guida l'azienda di famiglia, fondata in provincia di Varese nel 1995 (circa 60 milioni di fatturato e oltre mille dipendenti tra Italia, Tunisia, Romania e Albania) «l'innovazione è strettamente legata all'esportazione. «Forniamo», spiega - abbigliamento tecnico per le Forze dell'ordine. Vestiamo l'Esercito francese. Senza tecnologie all'avanguardia si resta fuori dalle gare d'appalto», dice.

Negli incontri B2B programmati nel corso della due giorni milanesi di Connex, il capitolo internazionalizzazione è stato soprattutto declinato su come creare ponti, individuare sinergie, fare scouting di partner, avvicinare modelli di business tra Paesi e filiere molto diversi fra loro.

Il confronto con la Germania

Con un interscambio che vale più di 120 miliardi (56 miliardi di export italiano e 65 di import), la Germania resta il partner numero uno. Un'economia più complementare all'Italia, con la quale intreccia catene del valore e processi di lavorazione un po' in tutte le filiere: dalla meccanica all'automotive, dalla siderurgia all'alimentare, sino al tessile e alla chimica-farmaceutica. Il dialogo su questa partnership, a Connex, si è concentrato su formazione e competenze, dei giovani e di chi è già dentro al mondo del lavoro e rischia di subire anziché imparare a gestire la digitalizzazione delle imprese.

«In Germania, diversamente che in Italia, per legge sono le Camere di Commercio tedesche a certificare la formazione professionale a livello nazionale - ha affermato Katrin Helber, direttrice di Dual concept, società di formazione della Camera di Commercio italo-germanica - Crediamo che l'Italia debba sviluppare maggiormente il sistema di formazione duale tedesco. Noi non teniamo corsi, ma ascoltiamo le esigenze di formazione

delle imprese - che possono essere affiliate o meno alla Camera italo-tedesca - stiliamo un piano formativo e cerchiamo l'ente di formazione più idoneo con cui svilupparlo».

Nell'Italia che ha più del 30% di disoccupazione giovanile, il modello tedesco ha attratto la platea di Connex. Eppure, con l'ultima legge di Bilancio, il governo ha dimezzato l'alternanza scuola-lavoro, nemmeno più indispensabile per accedere alla maturità. «Riteniamo che sia fondamentale allineare la formazione scolastica con le competenze che richiedono le aziende - ha detto ancora Helber - Questo è l'unico modo per raggiungere un'al-

SOTTO I RIFLETTORI

HASSAN ABOUJOUB
Ambasciatore del Marocco in Italia ed ex ministro del commercio e dell'agricoltura

Piano ambizioso

«È necessario sviluppare di più i rapporti commerciali tra le imprese italiane e quelle marocchine su progetti di digitalizzazione e tic»



STEFANO BARRESE
Responsabile Intesa Sanpaolo della divisione Banche dei territori

Risorse e servizi

«Nel 2018 abbiamo messo 18 miliardi a disposizione delle Pmi per accompagnarle nella crescita dimensionale e nell'innovazione con l'obiettivo di favorirne l'export»



ROBERTO GRASSI
Titolare dell'azienda Alfredo Grassi Spa di Varese

Esperienza positiva

«A Connex abbiamo incontrato due startup con cui potremo sviluppare sensori smart applicabili all'abbigliamento tecnico. La tecnologia, per noi, è la chiave per l'export»

ta occupabilità dei giovani. I nostri programmi prevedono che almeno il 50% delle ore di formazione sia svolto in azienda. Siamo stati solo nel 2015, sinora abbiamo accompagnato una decina di aziende italiane e tedesche in Italia e formato oltre 100 giovani».

Il Marocco porta per l'Africa

Anche l'associazione industriale marocchina - hub di beni e servizi logistica sicura verso l'Africa - propone alle imprese italiane di creare partnership di trasferimento tecnologico. «È necessario sviluppare il rapporto tra le imprese italiane e marocchine su un piano più ambizioso - ha spiegato a Connex Khalid Benjelloul, vicepresidente di Cgem (la "Confindustria" marocchina) - che coinvolga anche la digitalizzazione e la ricerca e sviluppo».

Nel 2017, l'export italiano in Marocco è cresciuto del 17%, pari ad 1,8 miliardi ed il nostro Paese resta il terzo partner commerciale, a distanza, dopo Francia e Spagna. «Il Marocco», ha aggiunto Hassan Aboujoub, ambasciatore in Italia ed ex ministro - ha la prima rete bancaria e aerea di tutta l'Africa. Telecom Maroc è leader in 14 Paesi africani e, al netto di oil&gas, siamo i primi investitori nel continente. Credo che ci siano tutte le premesse per partnership utili. A partire dalla digitalizzazione».

Il credito a chi esporta

Con vendite all'estero, nel 2018, che hanno superato i 450 miliardi di euro, Stefano Barrese, responsabile della divisione Banche dei Territori di Intesa Sanpaolo, ha ricordato, a Connex, che «in dieci anni l'export italiano è triplicato e questo è un dato eccezionale. Indica dello sforzo delle Pmi per internazionalizzarsi anche in un periodo di crescita difficile».

Nel 2018, ha aggiunto Barrese, la Banca dei territori «ha erogato alle Pmi circa 18 miliardi di crediti a medio-lungo termine, cercando di abilitare per loro percorsi di accompagnamento, di connessione e inserimento perché siano in grado di competere sui mercati internazionali; anche attrezzando desk specialistici operativi nei principali hub del gruppo a Shanghai, Francoforte, Londra e New York». «Inoltre - ha concluso Barrese - per finanziare il credito a medio e lungo termine, abbiamo creato strutture dedicate al rafforzamento patrimoniale delle imprese e alla finanza strutturata, in gran parte finalizzata a finanziare la loro crescita dimensionale».



Fabbrica intelligente. La rete dei Digital Innovation Hub ha il compito di agevolare la transizione verso lo smart manufacturing

connext.confindustria.it

GRAZIE a tutte le imprese



aver reso possibile



**7000 PARTECIPANTI, 450 AZIENDE E 2500 INCONTRI B2B
PER CONNETTERE LE ECCELLENZE ITALIANE AL FUTURO**

Con il sostegno di:



In collaborazione con:



Con il patrocinio di:



Con il supporto di:

