

## Nuove visioni per l'industria della gomma

Assogomma ha organizzato una giornata dedicata a Industria 4.0 nella gomma, andando oltre al mero tema degli incentivi e guardando in modo più visionario al futuro del settore.

19 giugno 2017 08:41



L'industria della gomma guarda avanti e cerca di anticipare i trend che nei prossimi anni determineranno i cambiamenti delle nostre abitudini di consumo e i nuovi paradigmi dei processi produttivi, dai big data a Industria 4.0, puntando sulla capacità di fare rete, anche attraverso l'associazionismo.

È questo il senso dell'iniziativa "Fare Sistema" lanciata l'anno scorso da Assogomma e giunta quest'anno alla seconda edizione, dedicata al tema "Industria 4.0 nel settore gomma", affrontato sotto il profilo manageriale, organizzativo e tecnologico -tralasciando gli incentivi fiscali legati agli investimenti in innovazione -, anche con testimonianze dirette di azienda che hanno già implementato la visione digitale nei reparti di produzione.



“Per fare Industria 4.0 molti sono gli approcci e gli aspetti importanti ma alcuni di essi sono preminenti e fondamentali - commenta Fabio Bertolotti, direttore di Assogomma (nella foto) -: la capacità manageriale in un mercato globale in continua e rapida evoluzione, l'automazione dei processi produttivi e logistici, l'innovazione tecnologica e gli 'smart materials', l'utilizzo sistemico e integrato dei big data”.

MANAGER 4.0. Il tema delle nuove sfide per il management è stato toccato da Vittorio D'Amato, Presidente di Akron e docente universitario, che ha illustrato alcuni principi chiave sulla figura del manager 4.0, capace di affrontare i cambiamenti in atto, saperli interpretare, guidare e tradurre all'interno della propria realtà aziendale. Cosa deve fare il manager per essere 4.0? Secondo D'Amato deve soprattutto dare



significato al lavoro di squadra, inquadrando i compiti dei collaboratori in un contesto più ampio, ascoltare le opinioni e soddisfare - se possibile - i bisogni delle persone, fornire feedback tempestivi sull'andamento delle attività, assicurarsi che i tutti dispongano delle risorse necessarie per svolgere il proprio lavoro, individuando i criteri per valutarne le prestazioni, che vanno riconosciute e premiate. Per gestire sfide complesse serve anche capacità di motivare la squadra, aggiornamento costante, apertura alle novità e - cosa non sempre facile - lasciare ampio grado di libertà ai collaboratori sul modo in cui raggiungere gli obiettivi

prefissati.

È quindi intervenuto Franco Zanella, Customer Service Manager di Sew Eurodrive, che ha illustrato, con esempi e simulazioni, le potenzialità dello smart-manufacturing in termini di logistica e automazione del processo produttivo.

**CASO AZIENDALE.** Sul palco è poi salito Matteo Bernini, AD di Comet, fornitore di mescole di gomma con capacità intorno alle 20mila tonnellate annue, per raccontare come una storica azienda del settore, a conduzione familiare, sia diventata Industria 4.0 prima ancora che si iniziasse a parlarne (e quindi senza incentivi).

Qualche anno fa, dovendo affrontare il cambiamento per sopravvivere, la proprietà si è trovata di fronte a tre alternative: cedere l'azienda a terzi, aggregarsi o investire in nuove tecnologie. Dopo un tentativo di sinergia, l'azienda ha deciso di imboccare la terza strada, ricostruendo ex-novo la fabbrica ed automatizzando l'intera catena logistica, produzione e controllo di qualità delle mescole; non senza difficoltà, ma con risultati lusinghieri. Grazie ad automazione e digitalizzazione, l'azienda bresciana ha incrementato gli affari ed è riuscita ad entrare in nuovi mercati a maggior valore aggiunto, con effetti positivi persino sull'occupazione, sia in termini di riqualificazione professionale, che nel numero degli addetti impiegati.

Zanella ha concluso il suo intervento sottolineando come questo processo di transizione, soprattutto nel caso di PMI, non possa avvenire senza il coinvolgimento di clienti e fornitori.

**AUTO E MATERIALI.** Paolo Chiappero, Responsabile del laboratorio sui materiali elastomeri del Centro Ricerche FCA, ha spiegato agli imprenditori della gomma presenti in sala cosa chiedono i costruttori di auto e componenti ai loro fornitori, alla luce dei cambiamenti in atto sotto il cofano e nell'abitacolo, e in quali aree sta lavorando FCA: dagli "smart materials" (grafene, nanotubi), al riciclo e bioplastiche, al fine di soddisfare sfide ambientali, legislative, economiche e tecnologiche, come l'alleggerimento, il contenimento dei



costi e il passaggio a motori elettrici e ibridi, che impongono anche nuovi requisiti in termini di insonorizzazione.

Michele Bertoncello, Partner di McKinsey & Company, ha spostato il tiro sull'utilizzo commerciale e industriale dei dati in ambito automobilistico, dalle preferenze di guida dell'automobilista allo stato di utilizzo, usura e manutenzione delle parti "consumabili" della vettura, dai pneumatici ai componenti interni fino al vano motore. Alcuni componenti dell'auto, resi "intelligenti" e "connessi" grazie a sensoristica dedicata, saranno in grado di inviare autonomamente avvisi in caso di rotture o malfunzionamenti, anche anticipando i possibili problemi grazie ad algoritmi predittivi. Informazioni utili per ottimizzare gli interventi di manutenzione e riparazione, con possibilità per le case automobilistiche di fidelizzare i propri clienti.

© Polimerica - Riproduzione riservata