

IL CONVEGNO. Al Museo «Mille Miglia» l'iniziativa organizzata in occasione dei 25 anni della software house bresciana «Stain». Molti i vantaggi raccontati dalle aziende

# «Fabbrica digitale», una svolta che paga

Morbi: «Non si tratta di sola tecnologia, è un percorso culturale da condividere per vincere la resistenza che rallenta l'evoluzione»

Magda Biglia

Risparmio sui costi, efficienza, patrimonializzazione del know-how e innovazione, qualità, razionalizzazione, trasparenza e condivisione. E soprattutto un profondo mutamento culturale.

**QUESTI** alcuni dei risultati della digitalizzazione aziendale illustrati, al Museo «Mille Miglia» durante il convegno organizzato, in occasione dei suoi primi 25 anni, dalla software house «Stain» srl di Brescia: per celebrare il traguardo ha voluto far ascoltare l'esperienza delle imprese clienti. L'appuntamento, in due sale, ha visto almeno duecento presenze. «Una partecipazione record, con arrivi da tutta Italia, che ci conferma l'interesse del tessuto produttivo su questo tema. Digitalizzare la fabbrica non è una questione di sola tecnologia, è un percorso culturale, una svolta, da condividere in ogni ambito dell'azienda per vincere la resistenza al cambiamento che rallenta l'evoluzione», ha detto Claudio Morbi amministratore delegato di Stain. La società ha sviluppato soluzioni per tutti i relatori al tavolo: coordinati dal giornalista Enrico Pagliarini, dopo il saluto di Paolo Streparava, vice presidente dell'Aib con delega a Sviluppo di impresa, Innovazione ed Economia, hanno portato le loro testimonianze. «Le risorse per cambiare ci sono», ha detto Streparava evidenziando, fra l'altro, «l'impegno dell'associazione su questo tema. Ma in generale occorre una spinta propulsiva, iniziando addirittura dal mondo della scuola». Francesco Uberto di Aso Group di Ospitaletto, ha parlato di una rivoluzione in azienda fino al punto, ha



La folta platea che ha seguito i lavori nell'ambito dell'incontro organizzato per i 25 anni di «Stain»



L'intervento di Paolo Streparava



Il tavolo dei relatori durante l'incontro al museo «Mille Miglia»

scherzato, «di diventare Stain-dipendenti. Il dato conosciuto e chiaro eleva la qualità di tutti, e il prezzo si ripaga presto», ha spiegato portando l'esempio di un algoritmo che, in tempo reale, indica all'operatore cosa fare per aumentare la qualità con minore dispendio di risorse. «Con una decina di colate lo abbiamo ammortizzato», ha aggiunto rimarcando che «la digitalizzazione è determinante persino per le scelte strategiche»: un aspetto sostenuto anche da Riccardo Trichilo, manager della Beretta spa di Gardone Val-

trompia e leader del Csm. «Apparentemente il singolo perde potere, ma alla fine l'azienda diventa strutturalmente sostenibile», ha affermato ricordando l'utilizzo del sistema Stain inizialmente per monitorare la produttività, in seguito a un accordo sindacale, poi, ad esempio, per la tracciabilità del flusso dei materiali con un aumento dell'indice di rotazione delle scorte del 40%. In crescita pure l'efficienza.

**ALLA BRAVO** spa di Pian Camuno (gruppo HUG-Allmag), il metodo Stain è venuto

in soccorso nel ricambio generazionale per oggettivare le conoscenze prima legate alle persone, per programmare la produzione in base alle commesse, come precisato dal quality manager Stefano Patelli. La produttività è aumentata, si sono dimezzati i costi causati dalla non qualità. In Feralpi Group di Lonato del Garda l'informatica è stata importante per controllare il ciclo siderurgico estremamente complesso, inducendo forti economie. «Ora possiamo addirittura conoscere il mix di rottame da mettere nel forno per avere

insieme un prodotto al top, con un minor impiego energetico. E soprattutto siamo in grado di correggere al minuto le varianti del processo. Sapete cosa significa questo a fronte di milioni di tonnellate lavorate? Ma pregiudiziali sono stati formazione e coinvolgimento del personale: senza non si riesce», ha sottolineato il presidente Giuseppe Pasini. La campionatura delle materie prime è stata l'obiettivo primario della Eredi Gnutti Metalli, dopodiché si è proseguito in ogni ambito. «Un risparmio importante si è avuto nei contratti di acquisto, con il materiale controllato nel peso alla consegna con il prezzo fissato quel giorno», ha detto il responsabile di produzione della spa di Brescia, Ferruccio Gnutti.

**ANTONIO** Longhi della Italfond spa di Bagnolo Mella, spiegando che il pieno controllo della fabbrica è richiesto dalle multinazionali clienti, ha avvertito: «Il prodotto Stain non è preconfezionato, richiede l'energia e la convizione delle imprese. Non solo il dato del momento è prezioso, lo è pure la statistica che aiuta la gestione anche in prospettiva». Altre esperienze sono state portate da Bruno Bertagna - della Trw Automotive Italia di Ostellato (Fe); il gruppo è attivo anche a Gardone Valtrompia - che, con Stain, ha rinnovato il prodotto, e da Francesco Rossi (Meadwestvaco di Vicenza) che ha risolto il problema delle consegne quotidiane e immediate dei suoi tappi per spruzzatori in plastica. Durante l'evento è stato presentato l'e-book, curato da Roberto Barucco, «La Fabbrica digitale: il racconto dei protagonisti in 25 anni di storie di successo», che racchiude le esperienze di 14 rappresentanti del comparto industriale nazionale e internazionale in partnership con Stain. •

## L'incontro

### BNI, sinergie tra imprese e nuove opportunità con il «passaparola»



Una fase dell'incontro del Capitolo Castello organizzato da BNI

Alberto Armanini

Nell'era della Rete - con la «R» maiuscola - c'è chi ancora si mette in rete - «r» minuscola - con il passaparola.

**SICHIAMA** BNI, acronimo di Business Network International, ed è l'iniziativa che ieri mattina, a Villa Fenaroli a Rezzato, ha inaugurato il Capitolo Castello di Brescia, la terza sezione cittadina dopo quelle dedicate a Mille Miglia e Maddalena. Il modello che BNI - una realtà da 180 mila membri e 7 mila capitoli in 58 Paesi - propone è basato sul passaparola e sulla fiducia. I suoi associati, professionisti divisi per settore e guidati ciascuno da un leader, investono una quota annuale di 700 euro per partecipare alle riunioni che si svolgono con cadenza settimanale di primo mattino. Lo scopo è incrementare il giro d'affari attraverso lo scambio di referenze qualificate nel corso

di incontri che si svolgono con una procedura ben codificata. Dopo la colazione - gli appuntamenti iniziano alle 7.30 e durano meno di due ore - scatta lo scambio dei biglietti da visita e l'auto-presentazione. Sarà poi la «parola» degli altri componenti, nella vita lavorativa di ogni giorno, a rivelarsi come insostituibile strumento di marketing per incrementare il business.

**I PROFESSIONISTI** bresciani presenti erano 21: dall'assicuratore all'imprenditore che vende toner per stampanti, ciascuno con decine di ospiti da fidelizzare e mettere in rete. «Facciamo ciò che le associazioni di categoria non sono più in grado di garantire - spiega il bresciano Gianni Alessi, assistant director di BNI Italia - . Mettiamo in contatto le aziende offrendo la possibilità di sviluppare sinergie, trovare nuovi clienti e risolvere problemi». L'unica condizione è di essere espressione di una professione che non ha doppiopioni nello stesso Capitolo. •