

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

«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 premiazione 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 obiettivi, 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 sistematizzare 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 oggettivo di un follow-up successivo.



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

«Il nostro gruppo - spiega Giuliano Busetto, Country division 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 Zoff - 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 con noi realizzano componenti e lavorazioni di altissima precisione con materiali innovativi, dunque aziende del tutto coerenti con il nostro mondo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



B2B. A Connex 2019 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



Alleati digitali
L'incubatore Digital Magics, guidato da Marco Gay, ha creato in Connex un corner per consentire ai giovani di condividere idee con imprenditori già affermati

«Io ammetto, non sapevo bene che cosa aspettarmi. Ma siccome ci avevamo detto che l'obiettivo, più che vendere, era cercare partner, ragionare in ottica di filiera, abbiamo deciso di non mandare 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 1925 (circa 60 milioni di fatturato e oltre mille dipendenti tra Italia, Tunisia, Romania e Albania) l'innovazione è strettamente legata all'exportazione. «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 milanese 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-

ta occupabilità dei giovani. I nostri programmi prevedono che almeno il 50% delle ore di formazione sia svolto in azienda. Siamo nati 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 e 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 Benjelloun, vicepresidente di Cgem (la "Confindustria" marocchina) - che coinvolge anche la digitalizzazione e la ricerca e sviluppo».

Nel 2017, l'export italiano in Marocco è cresciuto del 17%, pari ad 1,8 miliardi e 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 del commercio e dell'agricoltura - 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 Banca dei Territori di Intesa Sanpaolo, ha ricordato, a Connex, che «in dieci anni l'export italiano è triplicato e questo è un dato eccezionale, indice 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».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

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 tlc»



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»