

COME CREARE MACCHINE CONNESSE, DIGITALI E SOSTENIBILI

NEGLI ULTIMI MESI, NEL CORSO DELLE TAPPE DEL GREEN & DIGITAL ROADSHOW DI SCHNEIDER ELECTRIC, ABBIAMO INCONTRATO ALCUNI COSTRUTTORI DI MACCHINE INDUSTRIALI CHE CI HANNO RACCONTATO COME SI STANNO PREPARANDO - OPPURE COME GIÀ SONO PRONTI - A RISPONDERE ALLE ESIGENZE DI UN MERCATO SEMPRE PIÙ ORIENTATO VERSO LA SOSTENIBILITÀ E LA DIGITALIZZAZIONE

Valeria Villani

Strategie orientate alla **sostenibilità** e nuovi modelli di business in ottica di **servitizzazione** nel mondo manifatturiero non sono solo “mode” transitorie. Sono ormai punti di riflessione e orientamenti che molte aziende stanno facendo propri e stanno integrando nella loro mission. E non lo fanno solo dichiarandoli, ma li praticano concretamente, sul campo, collaborando con i loro

partner - fornitori tecnologici e integratori - e, soprattutto, con i loro clienti finali. Crescono così la sensibilità verso i temi green e l'interesse per le opportunità che la digitalizzazione può rappresentare in termini di efficientamento degli impianti e di service digitale. Ne abbiamo parlato con i rappresentanti di Omig, Omnia Technologies, Salmoiraghi e Veolia.



1. QUALE SENSIBILITÀ MOSTRANO OGGI I VOSTRI CLIENTI FINALI SUL TEMA GREEN? VI ARRIVANO RICHIESTE DI CERTIFICAZIONI PER LA SOSTENIBILITÀ O SIMILARI?

2. INDIPENDENTEMENTE DALLE RICHIESTE DEI VOSTRI END-USER, VOI VI STATE GIÀ STRUTTURANDO PER GESTIRE FUTURE RICHIESTE IN AMBITO SOSTENIBILITÀ? IN CHE MODO E A CHI VI RIVOLGETE COME PARTNER? CI SONO PROGETTI CHE POTETE RACCONTARE?

3. QUANTO SIETE FAMILIARI CON IL CONCETTO DI "SERVITIZZAZIONE"? CREDETE CHE SIA UN'OPPORTUNITÀ REDDITIZIA PER UN OEM PROPORRE SERVIZI DIGITALI EVOLUTI?

4. LE VOSTRE MACCHINE SONO PRONTE AD ATTIVARE SERVIZI DI QUESTO TIPO? AVETE GIÀ PROGETTI DI MANUTENZIONE PREDITTIVA IN CORSO CON I VOSTRI END-USER?

5. COSA CHIEDERESTE AI VOSTRI FORNITORI DI TECNOLOGIA O AGLI INTEGRATORI PER MIGLIORARE L'IMPRONTA GREEN E DIGITALE DELLE VOSTRE MACCHINE?

OMNIA TECHNOLOGIES SOSTENIBILITÀ E DIGITALIZZAZIONE COME PRINCIPALI PILLAR AZIENDALI

1. «Credo che oggi ci sia molta attenzione da parte dei clienti, non solo sul tema del green, ma soprattutto sulla riduzione degli impatti e sulla sostenibilità in generale», racconta **Andrea Stofa, Ceo di Omnia Technologies**. «Come Omnia Technologies abbiamo fatto della sostenibilità uno dei pillar fondamentali sul quale stiamo costruendo la nostra strategia e la nostra offerta. Riduzione dei consumi, risparmio e recupero energetico, circolarità: sono temi per i quali c'è grande sensibilità da parte di aziende e clienti e sui quali abbiamo un'offerta in crescita. I nostri valori sono tecnologia, sostenibilità e servizio. Quanto alle certificazioni di sostenibilità, ad oggi non ci sono richieste specifiche, ma con l'introduzione del paradigma Industria 4.0, deve essere garantito e dimostrato l'accesso ai dati della macchina, anche e soprattutto per monitorare i consumi energetici».

2. «Per la sostenibilità ci siamo già attrezzati! Stiamo lavorando per offrire ai nostri clienti soluzioni chiavi in mano e totalmente interconnesse per consentire loro performance superiori di sostenibilità ed efficienza. Abbiamo un programma di Ricerca & Sviluppo che coinvolge più di 150 persone e che è focalizzato sulla sostenibilità, sull'automazione e sull'applicazione dell'intelligenza artificiale. Per quanto riguarda i partner, li selezioniamo in base alla capacità di integrarsi con il nostro modello e con il nostro orientamento: Schneider Electric fa parte senza dubbio di questa categoria. Quanto ai progetti già avviati e che possiamo citare, abbiamo sviluppato il nuovo impianto di filtrazione Safi, in grado di generare miglioramenti di performance di consumo energetico e di acqua fino al 30%, il nuovo centro di pressatura automatica, primo impianto per la pressatura del vino interamente guidato da intelligenza artificiale, e il sistema di delabeller di nuova generazione che sostituisce l'utilizzo della colla industriale con le proprietà adesive dell'acqua».

3. «Assolutamente sì. La servitizzazione è una grande opportunità di miglioramento delle performance delle nostre tecnologie da conseguire attraverso software applicativi dei principi di AI e IoT. L'introduzione del concetto di "macchine connesse" e "piattaforma digitale" consente di migliorare l'efficienza dei processi produttivi dei nostri clienti, incrementare la produttività e l'efficacia delle nostre tecnologie attraverso performance superiori di sicurezza, sostenibilità, tracciabilità. In estrema sintesi, noi stiamo evolvendo da semplice fornitore di macchinari verso un ruolo più ampio di partner capace di supportare il cliente per tutte le esigenze espresse, mettendo al centro del nostro focus i tre valori di tecnologia, sostenibilità e servizio».

4. «Certamente, le nostre macchine sono pronte. Abbiamo già dei progetti che fanno ampio uso della manutenzione predittiva nelle nostre attività principali di processing e bottling & packaging. Il nostro obiettivo è digitalizzare il 100% dei nostri prodotti e rilasciare gradualmente un portafoglio di servizi che potranno essere automaticamente integrati nella stessa digital platform, attraverso l'impiego di metodologie "agili" tipiche del mondo software».

5. «A tutti i nostri partner chiediamo la condivisione di standard strategici in termini di sostenibilità e tecnologia. A livello operativo, questo si traduce nella condivisione profonda da parte dei fornitori dei nostri "code of conduct" e dell'approccio che abbiamo deciso di adottare».

**IL GRUPPO OMNIA
TECHNOLOGIES UNISCE
DIVERSI BRAND
SPECIALISTI IN LINEE
PER IL SETTORE VINO,
DISTILLATI E BEVANDE**



**Andrea Stofa,
Ceo di Omnia
Technologies**



Simona Grassi, Safety Manager, e Alberto Andreotti, Sales Manager di Omig (Officine Meccaniche Impianti Galvanici)

OMIG: ANCHE LA GALVANICA DIVENTA SOSTENIBILE E DIGITALE

1. «L'importanza di poter avere un impianto galvanico che sia green, o che comunque riesca a ridurre nel maggior modo possibile l'impatto ambientale, dal punto di vista della qualità sia dell'ambiente esterno sia del lavoro, è diventato negli ultimi anni un requisito fondamentale degli impianti di nuova generazione, in particolare nel momento in cui ci si interfaccia con aziende maggiormente strutturate, già sensibili al tema», dicono **Simona Grassi, Safety Manager, e Alberto Andreotti, Sales Manager di Omig**, azienda che realizza impianti galvanici dal 1959. «Queste esigenze si concretizzano nella richiesta dell'utilizzo di specifici materiali, prodotti e implementazione di logiche adatte allo scopo, che vengono poi sfruttate nell'ottenimento di certificazioni oppure omologazioni specifiche settore per settore. Oggi la sfida di Omig è rendere la galvanica, un trattamento di per sé impattante, sempre più sostenibile».

2. «Schneider Electric è certamente uno dei nostri partner fondamentali per lo sviluppo di soluzioni sempre all'avanguardia nella gestione e nel controllo degli impianti, che è uno dei focus fondamentali per raggiungere un maggior grado di sostenibilità. Inoltre, gli sforzi di Omig sono costantemente rivolti alla ricerca di nuove soluzioni che permettano l'uso di materiali meno impattanti, oltre alla progettazione di macchine che consentano quanto più possibile di ridurre l'impatto inquinante dei trattamenti galvanici, ad esempio, con un minore consumo di acqua e una

maggiore efficienza dei sistemi di depurazione.

Ma il nostro impegno è rivolto anche al miglioramento dell'ambiente di lavoro, per garantire maggiore sicurezza e migliore vivibilità delle persone. Tutto ciò è testimoniato dalla presenza di personale e consulenti esterni incaricati di porre l'accento sui temi di compatibilità ambientale e sicurezza del lavoro, sia lato interno sia esterno».

3. «La servitizzazione è una richiesta ancora molto rara per noi, ma che inizia a proporsi anche nel nostro specifico settore di mercato, forse come normale evoluzione dei sistemi di teleassistenza e manutenzione ormai ampiamente forniti. Omig, nell'ottica di avanguardia che storicamente la contraddistingue, ha allo studio l'implementazione di nuovi e più approfonditi sistemi di monitoraggio dei propri impianti, con l'obiettivo di fornire servizi sempre più efficienti nella direzione della predittività e del controllo real-time».

4. «Ad oggi, progetti predittivi sono allo studio per quanto non ancora attualmente implementati».

5. «Senza dubbio il tema più importante nella nostra relazione con i fornitori è la necessità di lavorare sempre più in ottica di partnership che di mera fornitura per lo sviluppo di soluzioni sempre più adatte ed efficienti, che poi è la fondamentale richiesta dei clienti nei nostri confronti. Nello specifico degli impianti progettati e realizzati da Omig, trattandosi di oggetti per così dire "sartoriali", realizzati sulla base di uno specifico processo dell'end-user, è necessario avere partner flessibili e capaci di personalizzare sempre più e meglio le loro forniture rispetto alle ampie variabili in gioco, per rendere macchine e processi sostenibili non solo sulla carta. In due parole, flessibilità e partnership».

SALMOIRAGHI: PRODURRE FILATO SINTETICO IN MODO EFFICIENTE E SOSTENIBILE

1. «I nostri clienti sono abituati a fare scelte sostenibili per quanto riguarda i loro processi di produzione, per via delle limitazioni imposte dalle legislazioni territoriali», spiega **Stefano Golfari, Technical Director di Salmoiraghi SpA**. «La situazione è un po' diversa quando si esce dal processo produttivo e si analizza un costo diretto all'atto dell'acquisto del sistema di automazione per la movimentazione e lo stoccaggio dei prodotti. Ecco perché sarebbe importante e urgente "formare" i clienti finali alla sensibilità green anche in questo ambito. Raramente arrivano richieste legate a certificazioni di sostenibilità, anche perché di fatto non esistono obblighi particolari. Tali obblighi potranno esistere quando verranno fatte scelte impegnative da parte degli enti normanti, cioè dai produttori e dai clienti insieme, che normalmente fanno parte delle Commissioni o dei Gruppi di lavoro normativi. Salmoiraghi ha, in ogni caso, sviluppato negli anni una certa sensibilità sull'argomento green. Le organizzazioni di settore ci aiutano ad adottare comportamenti virtuosi introducendo marchi specifici come la Targa Verde per il controllo dei consumi e l'Indice di Riciclabilità. Acimit (Associazione Costruttori Italiani di Macchinario per l'Industria Tessile) ha proposto un percorso specifico di labelling, in particolare la definizione di un indice di riciclabilità del macchinario che costituisce una sorta di spin-off del progetto Sustainable Technologies, al centro del quale ruota la Green Label, l'etichetta verde che fotografa le prestazioni energetiche e/o ambientali del macchinario oggetto del labelling. Occorre inoltre considerare che i nostri clienti costruiscono impianti talmente energivori da ritenere un dettaglio avere macchine con efficienza maggiore e consumi ridotti. La scarsa sensibilità non è, tuttavia, il motivo della nostra rinuncia a proporre soluzioni virtuose dal punto di vista ambientale. Anzi, costituisce uno stimolo costante per trovare risposte innovative sempre più appetibili».

2. «L'evoluzione tecnologica nel settore dell'handling automatico, dove Salmoiraghi SpA opera da 60 anni, è prima di tutto l'ottimizzazione delle risorse, che negli anni si sono evolute diventando sempre più prestazionali. Utilizzando componenti sempre più sofisticati e prestanti siamo arrivati a ottenere macchine con una produttività decuplicata e, dunque, 1/10 delle macchine oggi svolge lo stesso lavoro rispetto al passato. Lavoriamo quindi ispirati da un'idea forte: la prestazione delle macchine porta all'ottimizzazione delle risorse e, quindi, rende più competitivi e più sostenibili. È chiaro che poter contare su partner in grado di fornire componenti ad alta tecnologia dà a noi costruttori e ai nostri clienti delle possibilità impensabili fino a pochi anni fa. Da tempo raccogliamo dati sul funzionamento delle macchine: negli ultimi anni, la possibilità di amplificare la quantità di dati gestibili ha aperto nuove frontiere anche per noi».

SALMOIRAGHI SpA REALIZZA SISTEMI DI AUTOMAZIONE PER LA MOVIMENTAZIONE, IN PARTICOLARE DI BOBINE DI FILATO SINTETICO

3. «Siamo abbastanza familiari con il concetto di servitizzazione. La servitizzazione è un modello di business che prevede l'offerta di servizi legati ai prodotti venduti. In questo modo, Salmoiraghi SpA, in quanto costruttore di macchine, può proporre servizi digitali evoluti che migliorino l'esperienza del cliente e creino un vantaggio competitivo. Inoltre, la servitizzazione può essere un'opportunità redditizia, in quanto consente di creare un flusso costante di entrate e di fidelizzare i clienti. Queste pratiche però riguardano solo una parte marginale del nostro business, in particolare perché riusciamo ad applicarle, parzialmente, solo in ambito europeo e l'Europa rappresenta il 10% della nostra attività. Quello che è chiaro è che il valore aggiunto delle attività legate alla servitizzazione può essere compreso dal cliente solo se culturalmente pronto a riceverne i vantaggi. E quando si affrontano questioni culturali sono necessari, inevitabilmente, tempi lunghi affinché maturi una progressiva coscienza della necessità di certe scelte, che non si possono imporre. Sarà il tempo a mostrare con chiarezza i vantaggi tangibili. Faccio un esempio: in inverno quando ho freddo accendo la stufa e appena ho caldo la spengo, oppure utilizzo un sistema con un termostato teleassistito che tiene sotto controllo la temperatura. In quest'ultimo caso, nel tempo mi accorgerò che l'ambiente è più confortevole e consumerò anche meno energia. Ecco: i vantaggi di una soluzione più tecnologica emergono proprio quando si comincia a utilizzarla! Forse sono proprio questi lo scollamento e la difficoltà che gli imprenditori e i consigli di amministrazione incontrano quando pensano a investire in automazione. I benefici offerti da servizi evoluti, nel momento decisionale, non sono evidenti e si preferisce un investimento "chiuso". E pensare che negli ultimi anni tutti in azienda guidiamo vetture a noleggio e sperimentiamo i vantaggi di questa soluzione distante ed evoluta rispetto a quando le auto erano di proprietà. Ecco perché resto sicuro e fiducioso: il mondo cambia e le persone con il mondo, è solo una questione di tempo».

4. «Salmoiraghi SpA progetta e realizza impianti, sostanzialmente insieme di macchine collegate tra loro, che si passano e che manipolano i prodotti (e i dati ad essi collegati). Nel settore del filato sintetico i nostri impianti svolgono attività molto articolate: prelevano le bobine di filato dalle macchine che le producono, le trasportano con vari sistemi in diversi reparti e buffer automatici, le imballano ed effettuano lo stoccaggio del prodotto finito in magazzini automatici. Il complesso di queste attività è svolto da una serie di macchine che, negli anni,



Stefano Golfari,
Technical Director
di Salmoiraghi SpA,
attiva sul mercato
dal 1963





Enzo Giust, Ehaled & Idraflot General Manager di Veolia Water Technologies Italia SpA, filiale italiana di Veolia Water Tech. che fornisce impianti per il trattamento acque reflue e di processo

hanno subito ottimizzazioni nella loro parte meccanica, elettrica e software. La richiesta dei clienti, nei decenni di attività aziendale, ha portato alla necessità di gestire vere e proprie banche dati che si interfacciano con i loro database. Oggi l'evoluzione possibile, e per la quale siamo già strutturalmente pronti, è quella di gestire anche i dati delle varie macchine che compongono un impianto. L'attività di raccolta dei dati legati alle macchine dal campo è iniziata creando infrastrutture con un sistema Plm (Product Lifecycle Management) in grado di contenere i dati delle macchine a partire dalla loro costruzione. In questo spazio dati possiamo inserire i risultati delle prove di conformità alle certificazioni e raccogliere ed elaborare i dati dal campo con tutti i possibili vantaggi, dalla manutenzione predittiva all'ottimizzazione prestazionale di sistemi complessi».

5. «Tutti noi produttori, compresi i fornitori di tecnologia, dovremmo proporre prodotti green che siano anche economicamente convenienti per i clienti finali. In questo modo, i clienti sarebbero incentivati ad adottare soluzioni sostenibili senza sostenere costi maggiori. Un sogno? Non credo. Sembrava che i televisori con il tubo catodico non potessero uscire dalla produzione perché molto più economici di quelli a pannello piatto, eppure la diffusione di questi ultimi ha portato alla completa sostituzione della vecchia produzione. Ecco un tipico esempio di ciò che può avvenire se, oltre ai vantaggi tecnologici, si sommano quelli economici. Una campagna di co-marketing che promuova l'adozione di prodotti green potrebbe indurre i clienti finali ad avanzare specifica richiesta di prodotti più sostenibili. Dovremmo sfatare il mito che green vuol dire costi e investimenti maggiori. Solo un impegno comune renderà la scelta di soluzioni sostenibili una scelta logica che non penalizza prestazioni e budget. Infine, ritengo molto importante la necessità di uscire dal paradigma del "business green" che spesso si cela dietro proposte commerciali e scelte aziendali. È necessario formare una cultura adeguata perché la scelta di soluzioni rispettose dell'ambiente sia semplicemente una scelta logica per noi e per le future generazioni».

VEOLIA: PRIMA DI TUTTO SERVE MISURARE L'IMPATTO DEGLI IMPIANTI PRODOTTI

1. «Non possiamo sostenere che la sensibilità al tema green sia così diffusa tra i nostri clienti», commenta **Enzo Giust, Ehaled & Idraflot General Manager di Veolia Water Technologies Italia SpA (Gruppo Veolia)**. «Possiamo sicuramente dire che la sensibilità green correlata a un impatto sostenibile dell'azienda e dei suoi business varia da mercato a mercato e da regione geografica a regione geografica. I Paesi più industrializzati presentano una sensibilità che è già marcata e sostenuta anche da una forte pressione dell'opinione pubblica. Sul fronte certificazioni possiamo dire di non aver ancora ricevuto delle richieste, lo si incomincia a intravedere in alcuni tender».

2. «La nostra Business Unit è parte integrante di una importante multinazionale che ha messo al centro del suo essere la sostenibilità declinata in tutti i suoi aspetti: clienti, azionisti, dipendenti, società e pianeta. È stato implementato un "Multifaceted performance" per misurare tutte le iniziative che si stanno portando avanti e che devono rendere ogni giorno più sostenibile il nostro operato. È stato messo a punto un software che ha lo scopo di determinare l'impatto degli impianti che produciamo e che gestiamo (Green-Path) e stiamo aggiornando con altri protocolli un software per il calcolo del Carbon Footprint dei nostri prodotti, dalla loro realizzazione al fine vita. Un progetto analogo viene portato avanti dal Gruppo anche per il Water Foot Print».

3. «Il concetto di servitizzazione ci è familiare sia come Business Unit sia a livello di Gruppo. Il processo di digitalizzazione e di "service digitale" è già una realtà anche se con notevoli differenze tra mercato e mercato e tra diverse aree geografiche. Questo processo è molto avanzato nel settore farmaceutico e clinico, mentre è ancora poco apprezzato nel settore industriale, specialmente nel settore meccanico».

4. «Tutte le nostre macchine nascono con la possibilità di essere interconnesse. Tutte possono godere di una serie di servizi digitali funzionali alla gestione e alla manutenzione della macchina. Ci stiamo muovendo a piccoli passi nella direzione della manutenzione predittiva, ma la banca dati disponibili non è ancora sufficientemente robusta per fornire indicazioni affidabili».

5. «Innanzitutto, parlerei più di partner che di fornitori a questo punto. Noi vorremmo lavorare con una condivisione di obiettivi nell'alveo della sostenibilità. Questo si traduce in dati, informazioni, integrazione di sistemi diversi e integrazione di sistemi esistenti con sistemi nuovi, proprio per rendere più sostenibile il nostro essere».