

# Tra open innovation e big data la strada per correre ancora

## Ripartenze

### I nuovi processi

Luca Orlando

«Ingegneri, matematici. E sviluppatori di software ovviamente. Ammesso di trovarli». Per Fabrizio Bernini il nodo (relativo) è quello della crescita. Con il numero uno di Zucchetti Centro Sistemi a fare i conti con un progresso esplosivo, un raddoppio dei ricavi che ha già richiesto l'inserimento di 29 persone da gennaio, con quasi altrettante posizioni aperte da ricoprire. Esito di un percorso che porta il gruppo toscano dell'automazione ad operare in più settori, tra software, robot tagliaerba e sistemi domestici di energia, grazie anche alla scelta strategica di aver creato un'unità ad hoc per gettare lo sguardo in avanti. «Quaranta ingegneri che lavorano al laboratorio delle idee - spiega il presidente del gruppo -, provando a pensare a quello che i clienti vorranno nel futuro e ancora non è disponibile sul mercato». Percorso di innovazione che sul territorio non è isolato e che accomuna le aziende coinvolte nella tappa toscana di Innovation Days (svolta proprio all'interno di Zucchetti Centro Sistemi), realtà di settori e dimensioni diverse che hanno imboccato la strada del cambiamento. Spinta che porta ad esempio a nuove assunzioni in Zerynth, spin off dell'Università di Pisa che sviluppa soluzioni digitali per aziende. Integratore di macchine e sistemi di dimensioni ridotte, solo 600mila euro di ricavi lo scorso anno, che tuttavia vanno verso il raddoppio nel 2021. «Così come abbiamo raddoppiato nel 2020 - commenta l'ad Gabriele Montelisciani - perché in effetti l'interesse delle aziende sui temi 4.0 è crescente. E infatti, nonostante due

assunzioni pochi giorni fa, abbiamo altre cinque posizioni aperte». Corsa 4.0 ben visibile nei 650 milioni di tag con tecnologia Rfid piazzati da Temera nel mondo, grazie ai quali l'azienda inquadra nel 2021 la possibilità di tornare ai ricavi pre-Covid. «Dal singolo esemplare di Alpaca o Vigogna - spiega il Ceo Arcangelo D'Onofrio - oggi è possibile tracciare la storia di un maglione di lana pregiata e i clienti del lusso ci stanno chiedendo proprio questo. Chi assumiamo? Matematici e fisici, ad esempio: con i big data ovviamente sono bravissimi».

Dati che cambiano volto ad esempio alla logistica del big della carta Lucart, che spinge sui processi 4.0. «Sfruttando le nuove tecnologie - spiega il supply chain manager Giovanni Illibato - gli autisti che entrano in azienda sanno esattamente dove devono andare e quali operazioni compiere: pare un paradosso per noi ma in queste operazioni la carta ormai non esiste più».

#### Vigneti high tech

Tecnologie che approdano anche nel mondo agricolo e compaiono sullo smartphone del numero uno di Banfi, quasi 1000 ettari di vigneti. «Posso vedere in ogni istante umidità o temperatura di tutti i terreni - spiega Enrico Viglierchio - e la mole di dati disponibile oggi consente opportunità nuove, ottimizzando ad esempio irrigazione o trattamenti antiparassitari. Anche la raccolta può essere georeferenziata, separando sul campo le uve, filare per filare». Percorsi innovativi sviluppati anche in modalità "open", come è il caso di Powersoft, produttore di sistemi di amplificazione, che grazie al proprio incubatore Ideofarm ha già portato nuovi prodotti sul mercato. «Con cui abbiamo anche vinto commesse interessanti. L'innovazione - spiega l'ad Luca Lastrucci - è la chiave dello sviluppo: in ricerca, anche in un anno difficile come il 2020, abbiamo investito più del 7% dei ricavi». Innovazione di

prodotto che rappresenta il carburante principale dello sviluppo, come testimoniato da Pakerson, azienda calzaturiera nel top di gamma che ha realizzato una linea ad hoc per i clienti del Medio Oriente.

«Anche grazie a loro le vendite sono ripartite - spiega l'ad Gabriele Brotini - e abbiamo ordini fino a novembre: se il trend non cambia, a fine anno avremo ritrovato i volumi del 2019». Ancora da consolidare invece la ripresa di Gi-Elle-Emme, produttore di cuoio che ha imboccato con decisione la strada della sostenibilità, ottenendo un primato mondiale in termini di certificazione. «Investendo in nuovi impianti e automatizzando il processo - racconta l'ad Tommaso Lapi - siamo riusciti ad aumentare la qualità riducendo l'impatto ambientale del prodotto. I clienti? Alcuni sono più ricettivi su questi temi, altri meno. Ma siamo contenti di averlo fatto, per noi è una filosofia di lavoro che va al di là del singolo successo commerciale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Tra tagliaerba e carta, vini e amplificatori, il racconto delle imprese evidenzia la svolta digitale**

