



Rivitalizzare

il macrosettore della trasmissione di potenza

Alla luce del nuovo contesto che vedrà riuniti i settori della trasmissione della potenza meccanica e del fluid power, Assunta Galbiati, la nuova Presidente di ASSIOT, parla a tutto campo degli strumenti da mettere in campo per esaltare le specificità di un macro settore che rappresenta un'eccezione dell'industria italiana.

di Silvia Crespi

Lo scorso giugno è stata eletta presidente di ASSIOT. Presentando la nuova squadra, ha parlato sia di continuità con le direttive della passata presidenza, sia di nuove linee programmatiche...

Il progetto di fusione con ASSOFLUID, pensato per creare il "contenitore" per la nuova rappresentanza di settore, muterà il contesto in cui operiamo. Il primo obiettivo sarà dare continuità a quanto fatto finora declinando l'attività di ASSIOT nel nuovo scenario, che non è ancora stato definito. Tuttavia, abbiamo le idee chiare su come procedere: vogliamo dare continuità alla proposta associativa che ha caratterizzato la storia di ASSIOT e ASSOFLUID, e questo varrà anche per tutti gli altri attori che vorranno aderire in futuro - senza snaturarli, anzi, dove possibile, enfatizzandone le specificità. Il nostro sforzo sarà quindi volto a incrementare il numero e la qualità delle iniziative e dei progetti in grado di esaltare le specificità del macro settore, non meno di quanto sarà orientato a cogliere tutte le opportunità per creare sinergie e generare valore aggiunto dal confronto tra le diverse anime tecnologiche che lo compongono.

Il comparto delle trasmissioni meccaniche sta vivendo un momento felice. L'ottimo andamento è stato trainato dalla politica governativa, in particolare dal piano Calenda. Come vede il prossimo futuro per le aziende del comparto?

Non c'è dubbio che le politiche messe in atto dal piano Calenda abbiano dato un contributo importante ai successi registrati nell'ultimo periodo e che questo contributo abbia avuto un impatto rilevante soprattutto per chi orienta la propria offerta ai costruttori di beni strumentali italiani. Tuttavia, per quanto importante, il contributo non basta a spiegare, da solo, il successo che il settore ha fatto registrare nel 2017 e le buone aspettative per il primo semestre di quest'anno.

Nel 2017, infatti, il settore è cresciuto di 11,3 punti percentuali sul 2016, grazie soprattutto alla capacità dei produttori italiani di cogliere appieno la dinamicità dei mercati internazionali, dove le vendite sono cresciute nel complesso del 11,8%, oltre un punto percentuale in più rispetto alle consegne sul mercato nazionale che si sono attestate su un più "contenuto" +10,6%. Inoltre, secondo l'indagine della Commissione Economica ASSIOT, la stessa dinamica si sta riproponendo nell'anno in corso, con le esportazioni che nel primo semestre si attestano su valori superiori di oltre un punto percentuale rispetto alle consegne sul mercato interno. Da quest'ultima considerazione deriva dunque anche la fiducia per i prossimi mesi.

Oggi è complesso fare previsioni anche solo di medio periodo: pertanto, dopo la batosta del 2009, ci limitiamo tutti a "navigare a vista"... ma non potremo continuare così a lungo. Molti imprenditori hanno già dovuto prendere decisioni. Il settore in Italia si è attestato su livelli record da un paio d'anni e le aziende hanno esaurito tutte le fonti di capacità produttiva residua e sono di fronte alla necessità di investire. Se, grazie agli incentivi del piano Calenda alcuni hanno già fatto passi importanti, molti sono in attesa di capire meglio la reale dimensione del nuovo posizionamento di mercato dell'industria italiana del settore.

Come si sta evolvendo il ruolo delle associazioni di categoria? Quanto giudica importante il networking in un'ottica di filiera allargata?

In realtà non è il ruolo delle associazioni che cambia ma, purtroppo o forse per fortuna, è il contesto in cui anche le



INTERVIEW

Fresh Impetus to the Power Transmission Macro Sector

In view of the new scenario that will see the motion and power transmission sector and the fluid power sector under the same umbrella, Assunta Galbiati, the newly elected ASSIOT president talks thoroughly about the tools to be adopted in order to enhance the qualities of a macro sector considered among the "excellences" of the Italian industry.

You were elected ASSIOT president last June. At the presentation of the new team, you spoke about the desire for continuity with the previous board, while, at the same time, setting out toward a new direction...

The merger with ASSOFLUID creating the "container" for sectoral representation, will necessarily change the context in which we operate. Following this, the question of continuity will become the goal, positioning ASSIOT in this new context, which hasn't been

defined yet. For sure, we have clear ideas on how to move forward. There will be focus on membership attractiveness, as has always been the case for ASSIOT and ASSOFLUID - which will also be valid for all players wishing to come on board in the future - without losing individual identity. Quite the contrary, identity will be emphasized and promoted in order to increase the number and quality of projects, using member characteristics as a spring board in forming the macro-sector, capturing opportunity

for generating synergy and added value, all this through the interaction of the different technologies and set ups association members have to offer.

The mechanical transmission sector is enjoying a boom period. Performance has been encouraged by national government policy, especially that of the ex-economy minister, Calenda. How do you see the future for companies in the sector?
Without doubt, the policy put in place by minister Calenda has contributed to the excellent results coming out of this sector. This has also led to a positive impact on companies who produce made in Italy capital

Assunta Galbiati, la neo-eletta presidente di ASSIOT con Tommaso Carraro, presidente uscente.
The newly-elected ASSIOT president Assunta Galbiati, with the past president Tommaso Carraro.

Il progetto di fusione con ASSOFLUID, pensato per creare il "contenitore" per la nuova rappresentanza di settore, muterà il contesto in cui operiamo.

associazioni si trovano a operare che cambia continuamente e, qualche volta, come sta succedendo proprio in questi anni, anche radicalmente. Il ruolo di supporto è rimasto sostanzialmente lo stesso; sono cambiate le modalità in cui le azioni vengono portate avanti.

Faccio un esempio banale, ma significativo: nel 1971, quando nasceva ASSIOT, il problema principale delle aziende associate era reperire le informazioni. Oggi è semplicissimo, grazie ai PC e agli smartphone. Ma il problema vero è quello di "filtrare" le informazioni, distinguendo quelle interessanti da quelle irrilevanti o quelle attendibili dalle cosiddette fake news... Il compito delle associazioni, quindi, dev'essere continuamente declinato in modo nuovo in base alle mutate esigenze del settore.

Forse il networking è proprio l'unica eccezione a questa regola. Le relazioni tra persone che svolgono la stessa attività, con gli stessi problemi e le stesse passioni sono e saranno sempre fondamentali. C'è chi dice che intorno a una tavola si sono poste le basi per la salvezza del genere

umano... sia l'esperienza comune, sia il giusto contesto conviviale possono contribuire più di tanti discorsi e teorie a risolvere anche le problematiche più complesse. Per questo credo che il networking sia fondamentale in ASSIOT e, lo sarà ancora di più quando potremo conoscerci e confrontarci anche con i colleghi esponenti dell'intera filiera e di tutte le tecnologie del settore.

Il Gruppo Galbiati è un esempio di "eccellenza" nel panorama della meccanica italiana. Quanto è importante la specializzazione per mantenere la competitività delle aziende italiane?

La specializzazione non è solo una peculiarità del nostro Gruppo, ma il vero e proprio marchio di fabbrica del Made in Italy. La caratteristica principale di noi italiani è voler sempre (e spesso anche sapere) entrare nel merito. Desideriamo sempre capire, comprendere perché è bene fare qualcosa e perché è meglio non farla.

L'applicazione di questa caratteristica intrinseca in modo serio e utile, diventa un'innata capacità di immedesimarsi con le esigenze del cliente e sviluppare soluzioni industrializzate che si impongono come eccellenza assoluta nel mondo. Ecco perché è così importante la specializzazione per il Made in Italy. Non basta, però, tenerlo presente, bisogna saperlo valorizzare e da questo punto di vista abbiamo tanto da imparare... soprattutto dai nostri colleghi tedeschi. Fatta salva qualche eccezione, in pochi si preoccupano di promuovere la nostra capacità di proporre soluzioni su misura

in base alle esigenze del cliente. E pensare che siamo nell'era della customizzazione di massa e che, con il 4.0, sarà proprio la domanda a "tirare" tutta l'industria. Sono convinta che se crederemo nelle nostre qualità e sapremo valorizzarle potrà essere una grandissima opportunità per l'industria italiana... anche perché non dobbiamo dimenticare che nel termine "apprezzare" c'è la radice della parola "prezzo" e che, se siamo noi i primi a non crederci, perché mai i clienti dovrebbero pagarci le nostre qualità?

Alla fase degli investimenti deve seguire la fase della formazione; l'Italia è un territorio di eccellenza ed è un dovere muoversi come primi della classe. Sviluppare know-how adeguato è fondamentale per tutti, per il paese si tratta di una grande sfida epocale. È in gioco la nostra permanenza ai vertici della manifattura mondiale. Spero che il nostro governo confermi il piano 4.0 che ha contribuito in parte al rilancio dell'economia.

Nello scenario dell'Industria 4.0, la formazione è essenziale e in Italia abbiamo il problema di reperire le figure professionali con le necessarie competenze...

Riqualificare e aggiornare le competenze per mantenersi competitivi è una priorità per il nostro paese. Dobbiamo agire subito per individuare le competenze da sviluppare, in modo da avere lavoratori preparati per il futuro. Anche se le singole aziende possono fare molto, la loro possibilità d'intervento è sostanzialmente limitata ai propri collaboratori o ai dipendenti dei loro partner più stretti.



● La specializzazione non è solo una peculiarità del Gruppo Galbiati, ma il vero e proprio marchio di fabbrica del Made in Italy.
● Customization is by no means unique to Galbiati Group. It is an integral part of the Made in Italy concept.

goods. However, policy alone cannot explain the success the sector has enjoyed over 2017 and the positive forecasts for this year.

In 2017, the sector grew by 11.3% on 2016, above all thanks to Italian manufacturers' ability to seize dynamic international demand where sales increased by 11.8%, over 1% more than internal market orders at a "lower" 10.6% growth. According to the ASIOT economic commission, the same trend can be seen this year, with exports one percent higher than internal market demand. These are the figures creating positive energy for the coming months. Today it is getting tough to make forecasts even for the medium term, after the battering taken in 2009, we prefer to "keep all eyes on the visible horizon", but this cannot go on forever. Many in the business community have already had to make decisions. Record production has been seen across the Italian panorama for the last two years with production capacity no

longer able to keep pace with demand. This gap can only be filled through investment. The Calenda plan made taking some important steps in this direction possible, now many people are waiting to see exactly where this sector of Italian industry is in terms of size and potential.

How is the role of the association changing? How important do you think networking is in the extended supply chain optic?

In reality, it is not the role of the association that is changing but, for better or for worse, the context in which associations operate, sometimes, as has been the case over recent years, radical change is afoot. Their role of support remains a constant, while the way in which their activity is carried out is very different. I can give a simple example, but one that is nonetheless significant: in 1971, the year

of ASSIOT foundation, a company's principle difficulty was to pick up information. Today, this is as simple as it gets thanks to the internet. Now the problem has become filtering this information. To distinguish what is useful from what is not, what is meaningful and what is the so-called fake news.

An association's role has to be strongly linked to the sector's needs. Networking may be the only exception to this rule. Inter-personal relationships, where people with the same passions and problems can come together to swap experiences, will always be fundamental. There are many who marry the idea of human salvation coming through sitting together around a table... in other words, common experience with humanity's naturally gregarious personality will be of more use than an endless list of theories and speeches in trying to resolve even the most complex of problems. This is why I believe networking is a key aspect of the

ASSIOT experience and will be ever more so as the opportunity to get to know and swap ideas with the entire supply chain and its technology becomes possible.

The Galbiati group is an example of excellence in Italian mechanics. How important is specialization in keeping Italian companies competitive?

Customization is by no means unique to our group. It is an integral part of the Made in Italy concept. One peculiarity of Italians is to always want (and often know how) to get into the nitty gritty of a question. We want to understand why an approach works but also why another doesn't. Applying this, in the right way, to the professional sphere, getting to know the ins and outs of a client's situation, if you like, getting into his shoes means the best possible solution will be found. Let's not forget that this

is the country of Leonardo, the first industrial automation expert, with Italian industrial solution expertise following in his illustrious footsteps.

This is why customization is important for Made in Italy production, however, it is not enough simply to understand this, it must also become a part of the value proposition and it is on this point that we have a lot to learn, especially from our German counterparts. Excepting a few notable producers, too little is being done to collectively promote Italy's exceptional ability to create tailor made solutions. And to think we are in the epoch of Industry 4.0 where customization and customer demand will be the watchwords to industrial success. I am convinced that believing in our abilities and getting them across to the market will represent an enormous opportunity for Italian industry. Do not forget that in the word "appreciate" there is a reference to the idea of

"price" and if we don't believe in our capacity to justify this, why should a customer do so? Following investment, the next phase must be training; Italy is a country of industrial excellence and maintaining this position is an obligation. Know-how of the highest level is required to keep the country at the pinnacle of global technological expertise. I sincerely trust the government will re-confirm the Industry 4.0 plan which has contributed so much to the economic buoyancy of recent years.

In the industry 4.0 panorama, training is essential, both for in house professionals and collaboration with research centres, schools and universities. How is Galbiati approaching this?

To requalify and update skills is the country's priority to stay competitive. Globalization and technological progress will not slow down. We have to act now to identify the skills needed for

Il compito delle associazioni deve essere continuamente declinato in modo nuovo in base alle mutate esigenze del settore.

La competitività di un'azienda italiana, che tipicamente si inserisce in una filiera lunga e articolata, dipende però anche dalla capacità di sapersi adattare ai fornitori, ai clienti, ai fornitori dei propri fornitori, in sintesi dalla competitività dell'intero settore e dell'intera filiera. Dovremo trovare una risposta "di sistema" e qui il ruolo dell'associazione può essere davvero importante per diffondere la giusta cultura all'intero settore e per offrire una formazione adeguata anche a chi non è in grado di darsi risposte efficaci. Le aziende che hanno già lavorato a questi aspetti, non devono però temere di perdere vantaggi competitivi ma, anzi, dovrebbero condividere, modalità e soluzioni. In altre parole, dobbiamo superare gli individualismi per convergere su soluzioni che rispondano a problemi comuni e che possano portare a costruire un futuro condiviso. Mi piacerebbe creare un progetto di formazione condiviso tra gli associati in modo che gli studenti possano essere formati, a rotazione, nelle nostre aziende, includendo non so-

lo quelle più strutturate, ma qualsiasi azienda che possa fornire competenze in un dato campo. Le aziende hanno veramente necessità di reperire personale qualificato, sia laureati, sia tecnici diplomati. La scuola va però "sensibilizzata" e dobbiamo assumerci il compito, recandoci in prima persona presso gli istituti, di spiegare quali sono le reali necessità delle nostre aziende. Va detto, però, che nella maggior parte dei casi, gli istituti tecnici italiani non posseggono tecnologia allo stato dell'arte e gli studenti faticano a farsi un'idea di cosa significhi oggi lavorare in un'officina moderna, dove operano impianti digitalizzati; ecco perché lo stage presso l'azienda è fondamentale.

Anche per quanto riguarda il mondo universitario ci auspichiamo una maggiore integrazione. Servirebbero maggiori percorsi formativi, fin dai primi anni del corso di laurea. La Germania è un buon esempio. Galbiati sta avanzando, presso le università, una proposta che prevede un primo incontro con i docenti per valutare il progetto proposto dall'azienda; se la valutazione è positiva, viene creato un gruppo ristretto di studenti che sviluppano ciò che l'azienda ha richiesto. Negli incontri successivi viene spiegato come sta procedendo il progetto, passo dopo passo, fino alla conclusione. È, in sostanza, una modalità "intermedia" che può sostituire o affiancarsi allo stage classico. Da non dimenticare, infine, il rapporto con le istituzioni, importantissimo... ●

tomorrow. This is the way to create the worker of the future. How? Investing in the creation of technical institutes with greater interaction with students.

Each single company can already do a lot, but their sphere of influence is limited to their employees or at the most, to the partners they work most closely with. Company competitiveness is influenced - above all that of an Italian company - which typically has a long and complex supply chain - by its ability to adapt and help its clients, suppliers and suppliers of suppliers adapt to changing conditions. Staying competitive depends on the entire supply chain's ability to do so. In such a context, focusing attention only on collaborators would be a somewhat short-sighted and, frankly, inadequate approach to get to the required solution. It is more a question of putting a "system" in place, skills and abilities alone will not guarantee international survival. Once again, we see where the association can make a key

contribution. It is the association's role to spread the kind of culture required across the sector, helping to find solutions for those not able to solve training questions alone.

Here, companies already travelling down this road will be asked to lend a hand. This should not cause worry of losing competitive advantage, but rather help the entire sector to step up in finding solutions to a company's difficulties.

In other words, turn selfish into selfless gestures, finding solutions that overcome a common problem, leading to a brighter shared future. I desire to create a communal training program in which students can be trained on a rotational basis, inside companies, where not only those businesses with strong structure but all companies can receive training on a specific topic. All companies need qualified professional figures, graduates and technicians. Schools must clearly grasp the needs of business and the responsibility for this understanding comes from us. We must go to them, explaining exactly

what figures the modern industrial company needs. It must also be said that the majority of Italian schools do not possess state of the art technology and many students struggle to comprehend what working in a modern industrial structure is like with its digital plant.

This is why internships are fundamental. The same increased integration is hoped for in the university context. Greater training focus must come into place from the first year of a degree course. Germany is a great example for this. Galbiati is putting forward a proposal which foresees a meeting with professors where a company project is presented, should the project be positively welcomed by the teaching department, a small group of students is then selected to develop it. As the project and meetings progress, the various working steps are explained up to the conclusion. This becomes a kind of "third" way substituting, or together with, the classic internship. Never underestimate the vital nature of strong relationships with the institutions. ●