



Formazione Manageriale d'eccellenza

Selezione dei migliori piani formativi
finanziati nel 2025

**Digitalizzazione dei Processi
e Innovazione Tecnologica**



Digitalizzazione dei Processi e Innovazione Tecnologica



PASTIFICIO LUCIO GAROFALO S.p.A.

Pasta 4.0: Transizioni digitali al Pastificio Garofalo



STORICO PASTIFICIO GAROFALO
GRAGNANO presso NAPOLI



Sito web

L'azienda

Garofalo nasce nel 1789 a Gragnano, la patria della pasta. Le condizioni climatiche della zona, perfette per l'essiccazione della pasta, e la presenza di acqua sorgiva che alimentavano i molini, rendevano il territorio il luogo ideale per la produzione di pasta. L'azienda si afferma nel tempo come leader in Italia per la pasta di qualità, esporta i propri prodotti in oltre ottanta Paesi in tutto il mondo: un'autentica storia d'eccellenza italiana.

Garofalo ha maturato secoli di esperienza che sono diventati intelligenza artigianale: il processo produttivo della pasta è lo stesso da secoli, ma la ricerca e la tecnologia lo hanno reso più efficiente, e l'innovazione ha consentito di migliorare progressivamente la qualità del suo prodotto. Questo orientamento, unito alla costante attenzione alle esigenze del mercato, ha favorito l'ingresso dell'azienda in nuove nicchie, sia attraverso produzioni interne – come la pasta biologica e quella integrale – sia tramite outsourcing, come nel caso delle linee ai cereali e legumi o senza glutine. Garofalo è oggi il principale produttore di Pasta di Gragnano IGP.

L'azienda, che ha ottenuto la certificazione ISO 14001:2015 già nel 2003, dimostra un impegno costante verso il consumo responsabile delle risorse naturali ed energetiche, il monito-

raggio delle emissioni, la gestione dei rifiuti e la prevenzione dei rischi di contaminazione del suolo. Questo approccio si riflette anche in una comunicazione trasparente con tutti gli stakeholder e nella promozione di una cultura aziendale orientata al rispetto dell'ambiente. Dal 2016, Garofalo ha implementato un sistema di gestione per la sicurezza dei lavoratori certificato secondo la norma ISO 45001 (in precedenza OHSAS 18001) e, dal 2017, un sistema di gestione dell'energia conforme alla norma ISO 50001.

Le motivazioni e gli obiettivi del Piano formativo

La decisione del Pastificio Garofalo di investire nella digitalizzazione è nata dall'esigenza di integrare in modo sempre più sinergico l'automazione di fabbrica con i sistemi gestionali interni, con l'obiettivo di aumentare efficacia, efficienza e competitività in un contesto tecnologico in continua evoluzione.

L'azienda ha riconosciuto che la specializzazione industriale, attraverso l'automazione della supply chain, ha permesso la creazione di prodotti tecnologicamente avanzati, contribuendo alla generazione di valore sia per l'impresa che per l'ambiente circostante.

Questa evoluzione ha risposto all'esigenza di modernizzare il sistema industriale alimentare tradizionale, introducendo servizi innovativi e digitali e ripensando i processi produttivi secondo una logica di smart factory.

Il percorso formativo si è inserito in questo processo di trasformazione, orientando il sistema produttivo verso modelli digitali e innovativi ispirati al concetto di fabbrica intelligente. L'obiettivo è stato quello di incrementare l'efficienza, la competitività e la sostenibilità, attraverso l'automazione della supply chain e l'adozione di tecnologie avanzate.

Il Piano ha realizzato un programma di sviluppo delle competenze volto a migliorare la gestione dei dati aziendali e a sfruttare appieno i nuovi strumenti digitali disponibili, perseguendo i seguenti obiettivi specifici:

- l'efficientamento dei processi produttivi, con la riduzione dei tempi di produzione, l'aumento della produttività e la minimizzazione degli sprechi, garantendo una produzione più fluida e meno soggetta a interruzioni;
- il contenimento dei costi legati alle scorte e alle carenze, attraverso l'adozione di sistemi di inventario just-in-time e l'ottimizzazione dei livelli di stock;
- l'implementazione di sistemi di comunicazione più efficienti e l'automazione delle risposte, riducendo i tempi di attesa e aumentando la soddisfazione del cliente;
- il miglioramento della gestione della supply chain, del global procurement e delle tecniche di previsione, grazie all'adozione di tecnologie avanzate e all'utilizzo di algoritmi predittivi per una maggiore precisione nella domanda e nell'offerta;
- il potenziamento delle capacità di pianificazione delle operazioni e delle vendite, assicurando un migliore coordinamento tra i reparti aziendali attraverso strumenti di Sales and Operations Planning (S&OP);
- l'utilizzo di software avanzati come ERP (Enterprise Resource Planning) e APS (Advanced Planning and Scheduling) per una gestione integrata delle risorse e un miglioramento dell'efficienza operativa;
- la promozione dell'innovazione digitale e la trasformazione dei processi logistici e produttivi mediante l'adozione di tecnologie come l'automazione, l'Internet of Things (IoT) e l'Intelligenza Artificiale (AI);
- lo sviluppo di abilità negoziali avanzate e la capacità di gestire relazioni strategiche con clienti e fornitori, favorendo la risoluzione dei conflitti e la costruzione di rapporti di lungo termine basati sulla fiducia e sulla collaborazione.



Il percorso formativo

Il percorso è stato strutturato in due aree principali, dedicate alla produzione e al business, per garantire un impatto significativo sulla gestione della Supply Chain.

La prima area, orientata alla produzione, ha previsto la creazione di un sistema digitale avanzato per l'analisi dell'approvvigionamento, volto a valutare la conformità ambientale dei fornitori e a promuovere l'uso di materiali a basso impatto, nel rispetto delle normative ISO. La seconda area, orientata al business, ha riguardato la progettazione di un sistema di gestione ambientale conforme alla ISO 14001, adattato alla dimensione internazionale dell'azienda, per standardizzare e monitorare le pratiche ambientali su scala globale.

Sono stati realizzati quattro moduli formativi:

Modulo 1 PROCESSI INNOVATIVI E COMPETENZE PER LA GESTIONE STRATEGICA DELLE DIGITAL OPERATION - Supply chain management e strategie industriali del settore alimentare; analisi dei differenti scenari paese, delle nuove tendenze economiche e loro impatti; scelte di assetto organizzativo, produttivo e di fornitura; valutazione dei rischi; Global trade management; Lean Production.

Modulo 2 PIANIFICAZIONE E GESTIONE DELLA SUPPLY CHAIN CON STRUMENTI DIGITALI - Processo di sales e operations planning in Food & Beverage; sviluppo di relazioni collaborative con fornitori e clienti; Global sourcing, internazionalizzazione del procurement, strumenti finanziari e legali; Manufacturing Resource Planning (MRP); logistica distributiva interna ed esterna.

Modulo 3 LA GESTIONE ECONOMICO-FINANZIARIA E IL CONTROLLO DELLE OPERATIONS E DELLA SUPPLY CHAIN - Indicatori economico-finanziari e KPI di controllo; valutazione economica nelle scelte di Make or Buy e valutazione finanziaria degli investimenti; Cloud management per la gestione di dati.



Modulo 4 APPLICATION EXPERIENCE - Case History e Lean Production Business Game; definizione di un digital plan production; Business case e revisione di un network logistico europeo; simulazioni aziendali.

Il percorso formativo ha integrato diverse metodologie didattiche per offrire un'esperienza di apprendimento sinergica e completa. È stata adottata la formazione in aula con un approccio innovativo, che ha superato la semplice esposizione teorica, favorendo l'interazione, il confronto e l'analisi critica. Sono state proposte esercitazioni pratiche, simulazioni e casi studio per facilitare l'applicazione concreta dei contenuti tecnico-operativi.

Una parte rilevante dell'Intervento ha previsto l'affiancamento personalizzato, che ha permesso di adattare la formazione alle esigenze individuali emerse dall'analisi dei bisogni.

Per stimolare l'apprendimento attivo, sono stati utilizzati strumenti di project management come budget, piani di contabilità e pianificazione strategica, insieme a mappe cognitive e tutorial multimediali, rendendo l'ambiente formativo più dinamico ed efficace.

I risultati

A conclusione del percorso sono stati resi disponibili una serie di strumenti pratici per supportare l'adozione delle tecnologie di Industria 4.0 e implementare processi aziendali più efficienti e digitalmente integrati:

- Sistema ERP (Enterprise Resource Planning) e APS (Advanced Planning and Scheduling), per una gestione ottimizzata e integrata delle risorse aziendali.
- Dashboard interattive per il monitoraggio della supply chain, con dati aggiornati in tempo reale su produzione, scorte, approvvigionamenti e spedizioni.



- Manuale operativo per la gestione della supply chain digitale, utile a facilitare l'adozione delle nuove tecnologie e la standardizzazione dei processi.
- Modelli predittivi per la pianificazione della domanda e dell'offerta, sviluppati per ottimizzare i livelli di stock, ridurre i costi e migliorare la reattività alle dinamiche di mercato.
- Piattaforma di e-procurement, per digitalizzare la gestione degli approvvigionamenti, semplificare le relazioni con i fornitori, migliorare l'efficienza degli acquisti e ridurre tempi e costi delle transazioni.
- Infrastruttura IT potenziata, a supporto delle nuove soluzioni digitali, comprensiva di tecnologie cloud, mobile e wireless.
- Rapporti di valutazione delle performance, per analizzare in dettaglio le metriche chiave, individuare aree di miglioramento e adattare dinamicamente le strategie operative.

La parola all'azienda

La partecipazione a iniziative finanziate come quelle promosse da Fondirigenti rappresenta per noi un'opportunità preziosa per sostenere una programmazione e una pianificazione costante

della formazione aziendale. In un contesto competitivo e in continua evoluzione, la formazione continua dei nostri dirigenti è una leva strategica indispensabile per affrontare le sfide dell'innovazione e della sostenibilità. L'investimento in conoscenze e competenze si traduce direttamente in un miglioramento dei processi interni, nella capacità di anticipare i cambiamenti del mercato e nell'adozione di tecnologie avanzate.

In questo percorso, il supporto di Inneko s.r.l. si è rivelato fondamentale. Da anni affianca il Pastificio Garofalo con competenza e visione, curando la progettazione e la gestione delle attività formative con grande efficacia. La loro presenza costante ci ha permesso di strutturare un percorso coerente e personalizzato, allineato con i nostri obiettivi strategici.

Grazie alla formazione, oggi siamo un'azienda più consapevole, moderna e capace di valorizzare le proprie risorse umane, tecnologiche e organizzative. E continueremo a investire in questa direzione, certi che la crescita passa prima di tutto dalle persone.

Sergio De Gennaro

Responsabile Sistemi Integrati - HSE

Il Piano in sintesi



Dimensione azienda
Grande



Settore
Alimentare



Localizzazione
Gragnano (Napoli)



Dirigenti coinvolti
2



Ore di formazione complessive
96

Cameltech S.p.A.

SMARTLEAN IN CAMELTECH



Sito web

L'azienda

CAMELTECH S.p.A. è un'azienda specializzata nella produzione di carpenteria metallica di precisione in subfornitura, realizzata su progetto fornito dal cliente e sviluppato internamente tramite rete CAD/CAM. Con circa 30 dipendenti e un fatturato annuo superiore ai 5 milioni di euro, opera in uno stabilimento moderno situato nella Zona Industriale di Cereseto, in provincia di Alessandria, su un'area complessiva di 20.000 mq.

L'azienda esegue lavorazioni come punzonatura, cesoiatura, taglio laser, piegatura, assemblaggio e finitura, ed è particolarmente competente nella prototipizzazione di prodotti su specifica del cliente. I manufatti, realizzati in acciaio al carbonio, inox e alluminio, sono destinati a importanti aziende operanti nei settori dell'automazione industriale, packaging, alimentare, cosmetico e farmaceutico.

Nonostante le difficoltà del contesto economico, CAMELTECH ha registrato una crescita costante grazie a un approccio sistematico al mercato e a un percorso di miglioramento continuo, che ha incluso l'adozione della Lean Manufacturing e la digitalizzazione dei processi produttivi, supportata dall'introduzione del software Sinergya per la pianificazione e il monitoraggio della produzione. Nel 2024 è stato avviato un progetto di riorganizzazione della Supply Chain secondo i principi Lean, con l'obiettivo di innovare e rendere più efficienti i processi di approvvigionamento.

Le motivazioni e gli obiettivi del Piano formativo

La presentazione del Piano nasce dall'esigenza di valorizzare e armonizzare due percorsi strategici già avviati in azienda: la riorganizzazione dei processi secondo i principi della Lean Manufacturing e l'introduzione di tecnologie e soluzioni digitali. Sebbene entrambi abbiano rappresentato investimenti significativi, è emersa l'opportunità di integrarli in modo più sinergico per massimizzarne l'efficacia. Da questa consapevolezza ha preso forma il programma SMARTLEAN, promosso con convinzione dalla Direzione e riconosciuto come leva strategica per il rafforzamento della competitività, della sostenibilità e della capacità dell'azienda di rispondere in modo sempre più tempestivo e mirato alle esigenze del mercato.

Per dare concreta attuazione al programma di digital lean, la Direzione ha avviato un percorso di sviluppo delle competenze volto a coniugare dimensioni gestionali e tecnologiche, con particolare attenzione all'applicazione delle tecnologie digitali ai metodi lean. In parallelo, è stato dato impulso al consolidamento delle competenze digitali, in



particolare nei campi dell'Internet of Things e dei sistemi cyber-fisici, fondamentali per il monitoraggio in tempo reale e la gestione integrata delle commesse. L'analisi avanzata dei dati ha rappresentato un ulteriore asse strategico, a supporto del miglioramento continuo dei processi.

Un'attenzione specifica è stata inoltre riservata alla gestione del cambiamento tecnologico, affinché i dirigenti siano in grado di guidare le trasformazioni, valutarne gli impatti e affrontare eventuali resistenze interne attraverso approcci agili e strutturati.

Il percorso formativo

Il percorso è stato organizzato in due interventi con l'obiettivo di sviluppare competenze digitali avanzate e favorire l'applicazione delle tecnologie Lean nei processi aziendali. Per garantire un apprendimento efficace e coinvolgente, è stata adottata una metodologia formativa integrata, che ha combinato momenti teorici e attività pratiche.

Le lezioni frontali e i seminari, condotti da esperti del settore, hanno fornito una solida base sui principi del Lean Management, sulle tecnologie IoT, sull'analisi dei dati e sull'integrazione dei sistemi digitali. Parallelamente, i partecipanti hanno preso parte a laboratori e workshop, durante i quali hanno potuto applicare le conoscenze acquisite utilizzando strumenti come Tableau, Power BI e sistemi SCADA. L'analisi di casi reali e le simulazioni basate sul contesto CAMEL-TECH hanno rafforzato le capacità decisionali e operative dei manager, collegando efficacemente teoria e pratica.

Un ruolo centrale è stato svolto dalla formazione esperienziale attraverso project work mirati. Questo approccio ha favorito un ambiente partecipativo, in cui i manager hanno co-progettato strumenti utili all'implementazione del modello di resilienza e affrontato le principali criticità legate



al cambiamento.

Intervento 1 – TECNOLOGIE DIGITALI E ANALISI DEI DATI PER LA PRODUZIONE.

L'Intervento ha esplorato diverse aree tematiche, fornendo ai partecipanti una preparazione completa nel contesto dell'Industria 4.0. L'introduzione alle tecnologie IoT ha permesso di acquisire conoscenze su sensori, attuatori e applicazioni per il monitoraggio e l'ottimizzazione dei processi, con la capacità di configurare piattaforme per l'analisi dei dati in tempo reale.

L'approfondimento sull'automazione industriale ha fornito le competenze per comprendere e implementare sistemi SCADA, integrandoli con le linee produttive per migliorarne l'efficienza. L'analisi dei dati ha previsto l'utilizzo avanzato di strumenti come Tableau e Power BI, sviluppando la capacità di interpretare informazioni complesse e supportare decisioni strategiche.

L'area dedicata al machine learning e all'intelligenza artificiale ha offerto una panoramica sulle applicazioni pratiche nella produzione, con esempi concreti che hanno permesso di sviluppare modelli per la manutenzione predittiva e l'otti-

mizzazione dei processi. L'integrazione dei sistemi gestionali ha fornito le basi per implementare soluzioni ERP e MES, assicurando una comunicazione fluida tra i diversi ambiti aziendali.

Un ulteriore approfondimento ha riguardato la gestione centralizzata dei dati, la loro sicurezza e integrità. Infine, la promozione dell'innovazione attraverso le tecnologie digitali ha stimolato la capacità di individuare opportunità di miglioramento continuo, applicando metodologie come il Design Thinking e il Six Sigma per favorire un ambiente orientato al cambiamento.

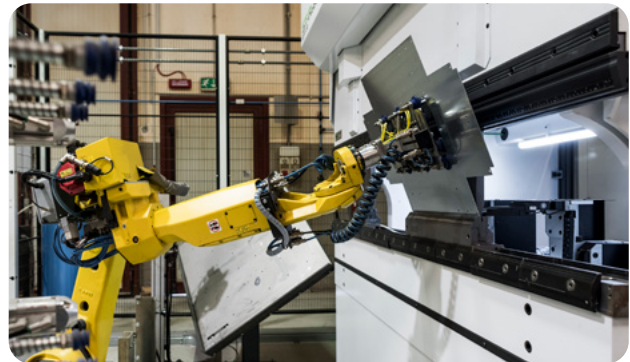
Intervento 2 – LEAN MANAGEMENT E GESTIONE DEL CAMBIAMENTO TECNOLOGICO.

L'Intervento ha permesso di acquisire una solida comprensione dei principi del Lean Management, applicati in modo specifico alle operations aziendali, con particolare attenzione all'identificazione degli sprechi e alle opportunità di miglioramento.

È stata approfondita l'integrazione tra software gestionali e metodologie lean, con l'obiettivo di ottimizzare le attività di prototipazione e produzione. Attraverso l'analisi dei sistemi in uso e lo studio di casi concreti, i partecipanti hanno sviluppato strategie efficaci per una gestione più snella e integrata.

Le attività pratiche hanno avuto un ruolo centrale: esercitazioni in linea, mappatura dei flussi di valore e applicazione di strumenti lean hanno permesso di trasferire immediatamente le conoscenze al contesto produttivo. Sono stati inoltre approfonditi strumenti come il 5S, il Kaizen e la gestione visuale, con un focus sull'uso dei dati per l'ottimizzazione continua.

Un'attenzione particolare è stata dedicata alla gestione del cambiamento e alla promozione di una cultura lean, con strategie per il coinvolgimento del personale, la comunicazione interna e la gestione delle resistenze. Il percorso si



è concluso con la realizzazione di un progetto di miglioramento continuo, focalizzato sulle linee 2 e 3 di produzione, che ha visto i partecipanti impegnati nella definizione degli obiettivi, nella pianificazione delle attività e nella presentazione dei risultati.

I risultati

Il progetto SMARTLEAN, fortemente sostenuto dalla Direzione, ha rappresentato un passo decisivo verso la digitalizzazione dei processi produttivi, con l'obiettivo di migliorare la competitività, la sostenibilità e la capacità di risposta alle esigenze del mercato.

Grazie al Piano formativo, i partecipanti hanno acquisito competenze avanzate nella gestione lean dei processi, padroneggiando strumenti come la mappatura del flusso del valore (VSM), l'analisi dei tempi e metodi, la Total Quality Management (TQM) e la filosofia Kaizen. L'integrazione delle tecnologie digitali ha potenziato l'efficacia di questi strumenti, grazie all'uso di soluzioni IoT per il monitoraggio in tempo reale, sistemi cyber-fisici per la gestione delle commesse e tecniche di automazione per ridurre i tempi di inattività.

Un altro risultato chiave è stato lo sviluppo di competenze

in analisi avanzata dei dati, con l'utilizzo di strumenti come big data analytics, machine learning, intelligenza artificiale e software di business intelligence (Tableau, Power BI), fondamentali per ottimizzare i processi e supportare decisioni strategiche. I dirigenti coinvolti hanno inoltre acquisito capacità nella gestione del cambiamento tecnologico, applicando metodologie agili per pianificare e guidare la trasformazione digitale.

Tra i prodotti concreti realizzati e messi a disposizione dell'azienda figurano:

- dashboard interattive per il monitoraggio delle performance produttive;
- strumenti di analisi predittiva per la manutenzione e l'ottimizzazione dei processi;
- modelli di machine learning per la riduzione dei fermi macchina;
- sistemi di integrazione tra ERP e MES per una comunicazione fluida tra reparti e produzione.

Sono stati inoltre sviluppati strumenti per l'innovazione e il problem solving, come il Design Thinking e il Six Sigma, un piano di miglioramento continuo dettagliato, nuove procedure standardizzate per la gestione delle commesse, modelli per sessioni Kaizen e linee guida per l'integrazione dei software gestionali con approcci lean.

La parola all'azienda

Con il prezioso contributo di Fondirigenti, è stato possibile organizzare un Piano Formativo volto a favorire l'implementazione di un nuovo programma di digitalizzazione dei processi di Lean Manufacturing, denominato SMARTLEAN. Nell'ambito della formazione, i partecipanti hanno acquisito una serie di strumenti pratici e tecnologici che sono stati implementati direttamente nelle operazioni aziendali per ottimizzare i processi produttivi. Particolarmente significativo si è rilevato essere lo sviluppo di competenze per coordinare l'integrazione di software gestionali, come ERP e MES, con le linee di produzione, per assicurare che le soluzioni digitali supportino efficacemente i processi Lean.

Il docente si è dimostrato professionale, competente e, soprattutto, efficace nel trasmettere e illustrare i concetti e le complessità dell'approccio Lean e Digital applicato alla produzione e alla Supply Chain e nell'accompagnare i partecipanti nella corretta implementazione del programma di digitalizzazione.

Simone Perri

Responsabile produzione e Supply Chain

Il Piano in sintesi



Dimensione azienda
Piccola



Settore
Metalmeccanico



Localizzazione
**Cereseto
(Alessandria)**



Dirigenti coinvolti
2



Ore di formazione
complessive
160

IPM s.r.l.

LEAN DIGITAL TRANSFORMATION IN IPM



Sito web

L'azienda

IPM, fondata nel 1987, è un'azienda specializzata nella produzione di macchinari per l'estrusione e il confezionamento di tubi in plastica. Sinonimo di qualità e autentico Made in Italy, IPM esporta i propri impianti in oltre 120 Paesi, sia nei mercati più avanzati che in quelli in via di sviluppo. Forte di una lunga esperienza e di un costante impegno nell'innovazione, rappresenta una delle realtà più autorevoli del settore, capace di offrire soluzioni su misura per ogni esigenza produttiva.

L'azienda garantisce un servizio di assistenza post-vendita in tempo reale, grazie a un efficiente sistema di tele-service, alla pronta disponibilità di ricambi e a un team di tecnici altamente qualificati, in grado di intervenire direttamente presso le sedi dei clienti in tutto il mondo. L'innovazione continua, la personalizzazione degli impianti e l'eccellenza del servizio post-vendita sono i pilastri che hanno consolidato la leadership di IPM nel settore.

Per mantenere elevati standard di competitività, IPM ha intrapreso un percorso di riorganizzazione interna secondo i principi della Lean Manufacturing. Questo processo ha incluso la mappatura e la misurazione dei flussi fisici e informativi dei materiali, in seguito a una razionalizzazione degli spazi produttivi. Tra le principali innovazioni introdotte figurano quattro magazzini verticali automatizzati e un sistema

integrato di gestione delle ubicazioni (Warehouse Management System), accompagnati da nuove metodologie, strumenti e attrezzature per lo stoccaggio dei componenti.

Le motivazioni e gli obiettivi del Piano formativo

Il Piano nasce dall'esigenza di IPM di affrontare alcune inefficienze ancora presenti nella gestione a commessa, nonostante i recenti interventi di innovazione nella logistica inbound. In particolare, si sono riscontrate discrepanze tra i materiali effettivamente utilizzati e quelli registrati dal sistema, oltre a una pianificazione che tende ad allocare i materiali il prima possibile, generando però lunghi periodi di inattività e un utilizzo inefficiente delle risorse. Queste criticità compromettono la capacità dell'azienda di ridurre i costi di magazzino e di accorciare i tempi di consegna, due fattori fondamentali per mantenere la competitività sul mercato.

Per rispondere a queste sfide, IPM ha avviato un piano d'azione mirato a ottimizzare la pianificazione delle scorte e a integrare in modo più efficace le funzioni di progettazione, acquisti, produzione e logistica.

L'obiettivo principale ha riguardato la digitalizzazione del flusso informativo relativo all'ordine cliente, attuata mediante la creazione di un Dossier di Commessa in grado di collegare in modo strutturato tutte le attività correlate. Questo processo ha richiesto un'analisi approfondita dei flussi in ottica Lean, con l'identificazione degli sprechi e la valorizzazione delle attività che generano valore per il cliente.

Dal punto di vista formativo, il progetto ha mirato a trasferire alla dirigente coinvolta un insieme di nuove competenze, con i seguenti obiettivi:

- introdurre strumenti avanzati per l'analisi e il miglioramento dei processi e delle tecnologie chiave per la Digital



Lean Transformation, inclusi strumenti di pianificazione avanzata (MRP);

- utilizzare strumenti di Business Intelligence per il calcolo della riduzione delle scorte;
- identificare KPI strategici per attivare un processo di miglioramento continuo;
- realizzare una dashboard con report in tempo reale, per migliorare la visibilità sulle commesse e sui principali processi aziendali.

Il percorso formativo

L'Intervento ha supportato la dirigente nel progetto di Lean Transformation, con particolare riferimento alla digitalizzazione del flusso informativo e all'adozione di strumenti avanzati per la pianificazione delle commesse.

La metodologia adottata ha previsto un approccio integrato, combinando formazione in aula e affiancamento operativo (on the job), con l'utilizzo di esempi pratici e l'analisi di casi aziendali analoghi, operanti per commessa e già coin-

volti in processi di trasformazione digitale. Le esercitazioni hanno permesso di applicare concretamente le metodologie apprese ad attività chiave per l'efficientamento dei processi aziendali, come il monitoraggio dei livelli di scorte, la visibilità della supply chain, la produzione Just in Time (JIT) e l'automazione del magazzino.

L'Intervento formativo si è articolato in due moduli consequenziali:

Modulo 1 - METODO DI IMPLEMENTAZIONE DELLA DIGITAL LEAN - Valutazione e pianificazione dei processi con metodologie Lean; Miglioramento continuo (Kaizen), riduzione degli sprechi (Muda) e gestione visiva; Selezione delle tecnologie appropriate in linea con gli obiettivi dell'azienda; BI (Business Intelligence) strumenti di analisi dei dati, per creare report dettagliati in tempo reale; Piattaforme digitali per migliorare la comunicazione e la collaborazione tra i team; Test pilota per testare l'efficacia delle tecnologie e apportare le modifiche necessarie; integrazione dei sistemi digitali con i processi esistenti; Kaizen digitale e utilizzo dei sistemi di analisi dei dati per monitorare le prestazioni; KPI e reportistica per il monitoraggio delle performance.

Modulo 2 - LE PRATICHE LEAN DIGITALIZZABILI IN IPM

– Tracking dei livelli di inventario; metodologie digitali di pianificazione delle scorte e riassortimento automatico delle forniture; Visual management della catena di fornitura; System integration dei dati della catena di fornitura attraverso la piattaforma SIGA; Pianificazione della produzione Just in Time (JIT) con gli strumenti digitali; Gestione automatizzata dello stoccaggio e del recupero dei materiali per migliorare l'efficienza del magazzino; Integrazione delle funzionalità di MRP e adozione di sistemi di business intelligence per l'analisi del magazzino; Gestione scorte e politiche di riordino.

Per garantire un ulteriore livello di personalizzazione, l'attività di Project Work ha accompagnato l'Intervento lungo tutto il percorso, con l'obiettivo di sviluppare un'analisi approfondita e un piano d'azione per le attività esaminate. Il lavoro ha portato all'individuazione di soluzioni per l'ottimizzazione dei processi e dei flussi informativi, alla definizione delle tecnologie da introdurre e all'identificazione dei KPI necessari per il monitoraggio delle performance.

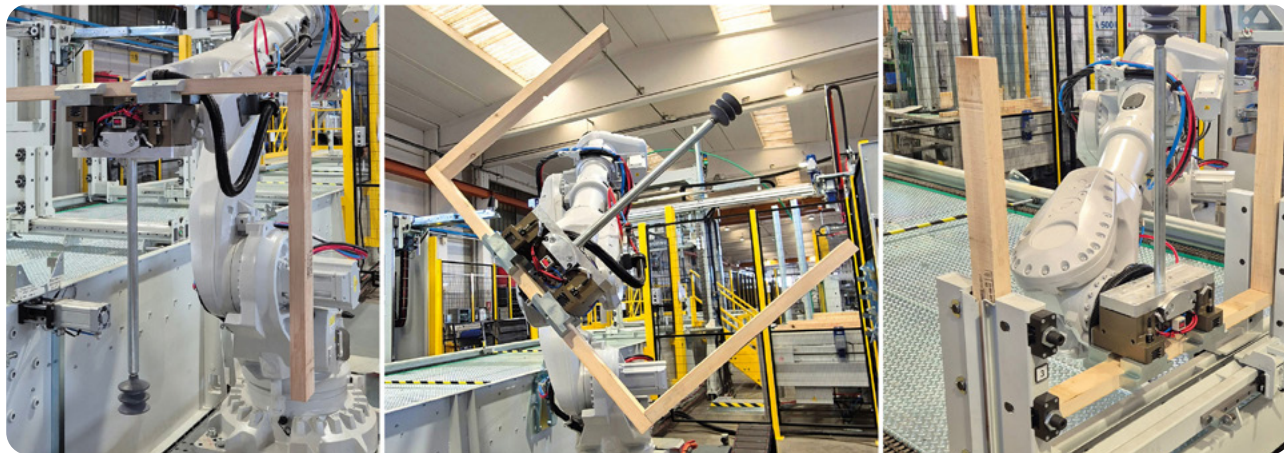
I risultati

La formazione ha generato miglioramenti significativi in termini di efficienza operativa, incrementando la velocità e la precisione nei processi di assemblaggio e nella gestione dei materiali. Gli strumenti digitali implementati hanno permesso un maggiore controllo sui processi produttivi, contribuendo a una qualità superiore del prodotto finale e a una maggiore capacità di adattamento ai cambiamenti della domanda, grazie all'utilizzo di dati e simulazioni in tempo reale.

Il risultato finale del percorso è rappresentato dal Dossier di Commessa, un documento completo che raccoglie tutti i dati e le informazioni necessarie per la pianificazione e il coordinamento delle attività correlate.

Gli output concreti, che resteranno a disposizione del management e dell'azienda al termine delle attività, includono:

- Tracking dei livelli di inventario;
- Visibilità della catena di fornitura;
- Produzione just-in-time (jit);



- Automazione del magazzino con relativa analisi e piano d'azione per l'analisi dei processi attuali e dei flussi informativi e soluzioni di ottimizzazione dei processi, identificazione delle aree in cui gli strumenti digitali possono essere integrati, KPI di monitoraggio delle prestazioni.

La parola all'azienda

Come dirigente di un'azienda di medie dimensioni specializzata nella costruzione di macchinari su commessa, con un elevato livello di personalizzazione, il percorso di formazione intrapreso ha avuto un impatto estremamente rilevante. In un contesto produttivo come il nostro, dove ogni progetto è unico e richiede flessibilità, precisione e coordinamento, era fondamentale potenziare le competenze interne e introdurre strumenti digitali che migliorassero la gestione operativa.

I miglioramenti registrati in termini di efficienza non sono stati generici, ma perfettamente calati nella nostra realtà produttiva. Abbiamo ottenuto un significativo incremento nella velocità e nella precisione dei processi di assemblaggio e nella gestione dei materiali, aspetti centrali per il successo delle nostre commesse personalizzate. Grazie agli strumenti digitali adottati, oggi possiamo contare su un controllo più puntuale e reattivo della produzione, che ci consente di rispondere in modo rapido alle specifiche esigenze dei clienti.

Il risultato più strategico del percorso è stato la realizzazione del Dossier di Commessa, un documento dinamico che rappresenta la sintesi dei dati presenti in azienda e permette la pianificazione, il coordinamento e il monitoraggio delle attività legate a ciascun progetto.

Per IPM, che gestisce produzioni uniche e complesse, si tratta di uno strumento fondamentale per garantire qualità, coerenza e rispetto delle tempistiche.

Tra gli output concreti ottenuti figurano strumenti oggi indispensabili per il nostro management: il tracking dei livelli di inventario, la piena visibilità sulla catena di fornitura, l'adozione di una logica di produzione just-in-time e l'automazione del magazzino. Non si tratta solo di miglioramenti tecnici, ma di asset strategici che rafforzano la nostra capacità di mantenere elevati standard qualitativi e tempi di consegna competitivi, anche in presenza di richieste molto specifiche.

Abbiamo inoltre definito un piano d'azione per l'ottimizzazione dei processi, basato sull'analisi dei flussi informativi esistenti, sull'integrazione di strumenti digitali nei punti critici e sull'introduzione di KPI per monitorare costantemente le prestazioni.

In un settore dove ogni macchina è diversa e il cliente si aspetta soluzioni su misura, questi risultati rappresentano un vantaggio competitivo concreto. Non si è trattato solo di un percorso formativo, ma di un vero salto di qualità per l'intera azienda, che oggi è più reattiva, più efficiente e più pronta ad affrontare le sfide della personalizzazione industriale.

Silvia Geminiani

Amministratrice e socia fondatrice

Il Piano in sintesi



Dimensione azienda
Media



Settore
Metalmeccanico



Localizzazione
Lugo (Ravenna)



Dirigenti coinvolti
1



Ore di formazione
complessive
84

Casoni Fabbricazione Liquori S.p.A.

Lean Digital Transformation: la forza Lean al servizio della Digitalizzazione



Sito web

L'azienda

Fondata a Finale Emilia da Giuseppe Casoni, l'azienda ha saputo evolversi nel tempo mantenendo salde le proprie radici. Da piccolo laboratorio specializzato nel liquore all'anice, è diventata un punto di riferimento nel settore dei liquori, con una produzione oggi per il 90% destinata alla GDO in private label.



Casoni propone un'ampia gamma di prodotti, combinando tecnologie moderne e metodi tradizionali per garantire qualità e autenticità.

Presente sia in Italia che all'estero, in particolare in Europa dell'Est e nei mercati emergenti, ha investito in nuovi impianti e tecnologie 4.0 per sostenere la crescita e ottimizzare i processi aziendali, puntando su digitalizzazione e produzione snella per aumentare efficienza e valore per il cliente.

L'azienda mira, inoltre, a rafforzare il proprio marchio, ampliando la gamma a etichetta Casoni e rispondendo alle nuove tendenze di consumo, come i prodotti no-alcol.

Le motivazioni e gli obiettivi del Piano formativo

Il progetto formativo è nato dalla consapevolezza che il miglioramento continuo basato su strumenti tradizionali produce benefici limitati nel tempo. Casoni ha riconosciuto il potenziale delle tecnologie digitali per migliorare le proprie performance, ma ha inizialmente incontrato difficoltà nel definire un approccio chiaro e prioritario.

L'integrazione del modello Digital Lean World Class ha rappresentato una risposta concreta, permettendo di affrontare criticità prima irrisolvibili grazie all'uso di tecnologie avanzate come il machine learning e la manutenzione predittiva.

Attraverso questo percorso, l'azienda ha puntato a trasferire competenze strategiche e operative, adattando strumenti e framework del Digital Lean al proprio contesto.

L'obiettivo progettuale è stato quello di formare manager capaci di individuare opportunità di crescita, ottimizzare la

pianificazione, contenere i costi di trasformazione e migliorare la produttività riducendo gli sprechi.

Il dirigente coinvolto è stato quindi preparato a pianificare e monitorare progetti di miglioramento, definire priorità e KPI, gestire ostacoli organizzativi e promuovere una cultura aziendale orientata al cambiamento, con l'obiettivo di massimizzare il ritorno sull'investimento nel capitale umano.

Il percorso formativo

Il percorso, articolato in quattro moduli, si è incentrato sulle competenze fondamentali per guidare la trasformazione digitale in azienda attraverso il modello Digital Lean World Class.

Il primo modulo ha approfondito la trasformazione digitale in atto, analizzando trend, tecnologie esponenziali e il concetto di Smart Factory, con particolare attenzione all'integrazione digitale verticale e orizzontale e alla pianificazione della trasformazione digitale.

Il secondo modulo ha trattato il pilastro del Cost Deployment, fornendo strumenti per analizzare i costi di trasformazione, identificare sprechi e perdite, valutarli economicamente e impostare piani d'azione per eliminarli.

Il terzo modulo si è concentrato sullo sviluppo delle persone, affrontando temi come la formazione orientata alla performance, l'analisi delle cause di guasti ed errori, e l'utilizzo di strumenti come le One Point Lesson e le Radar Chart.

Il quarto modulo ha riguardato l'indicatore OEE, spiegandone il calcolo, l'uso dei KPI per misurare le prestazioni e l'analisi delle principali perdite di produzione.

Grazie a un approccio pratico basato su project work, simulazioni e casi studio, il partecipante ha potuto applicare direttamente le conoscenze acquisite alla realtà di Casoni,



elaborando una roadmap personalizzata per l'adozione del modello Digital Lean. L'utilizzo di strumenti di business intelligence e data analysis ha permesso di costruire soluzioni su misura, migliorando la capacità di pianificazione, la gestione dei progetti e l'efficienza operativa.

I risultati

Il progetto ha rafforzato le capacità strategiche del management, integrando innovazione tecnologica e approccio Lean. Sono state acquisite competenze su tecnologie digitali avanzate, con un impatto concreto su efficienza, produttività e riduzione degli sprechi. L'approccio pratico ha favorito l'applicazione immediata delle conoscenze, migliorando la gestione dei progetti, il coinvolgimento delle persone e la cultura aziendale. L'uso di strumenti avanzati ha permesso di misurare i risultati in termini di costi, sostenibilità e competitività.



A conclusione del Piano, l'azienda ha ottenuto strumenti concreti per una gestione più strategica ed efficiente, tra cui una guida strutturata per il miglioramento continuo e il Logistic Centralized Dashboard, un cruscotto operativo per il monitoraggio in tempo reale dei flussi logistici.

L'integrazione di sistemi intelligenti ha migliorato la gestione delle scorte e il coordinamento con i fornitori, aumentando la fluidità dei processi produttivi e distributivi. L'approccio data-driven ha infine potenziato la capacità decisionale dell'azienda, rafforzandone l'adattabilità e la competitività.

La parola all'azienda

La formazione svolta nel quadro del Piano "Lean Digital Transformation" ha rappresentato per Casoni un momento cruciale di crescita e rinnovamento. Grazie all'acquisizione di competenze avanzate nel modello Digital Lean World Class, il management è oggi maggiormente preparato a guidare la trasformazione digitale in modo strutturato e strategico. Questo percorso ha favorito un cambiamento culturale importante, portando

maggiore consapevolezza sull'utilizzo delle tecnologie digitali come leva per aumentare efficienza, ridurre gli sprechi e migliorare la qualità del prodotto.

I benefici riscontrati si riflettono non solo nella gestione operativa quotidiana ma anche nella capacità di pianificazione a medio-lungo termine, con strumenti concreti che permettono di monitorare in tempo reale i processi e ottimizzare i flussi logistici. La formazione ha inoltre rafforzato la collaborazione tra i diversi livelli aziendali, creando un ambiente più orientato all'innovazione continua.

L'impresa guarda con fiducia ai prossimi interventi formativi, che saranno dedicati all'approfondimento delle competenze digitali e manageriali, in particolare nell'ambito dell'analisi dei dati e dell'intelligenza artificiale applicata alla produzione.

Casoni ritiene che investire nel capitale umano sia la chiave per mantenere la competitività nel mercato globale e per consolidare la leadership di Casoni nel settore dei liquori, rispondendo efficacemente alle sfide di un contesto sempre più dinamico e digitale.

Piergiorgio Pola

Legale Rappresentante

Il Piano in sintesi

 Dimensione azienda Media	 Settore Alimentare
 Localizzazione Finale Emilia (Modena)	 Dirigenti coinvolti 1
 Ore di formazione complessive 88	

Italprotec Industries s.r.l.

DYNAMO: Digitalizzazione e Analisi per un Miglioramento Ottimizzato dei Processi Logistici



Sito web

L'azienda

Italprotec Industries è un'azienda leader nel panorama industriale italiano, specializzata nella gestione e nel convogliamento di fluidi critici per una vasta gamma di settori, tra cui quello chimico, farmaceutico, alimentare e del trattamento delle acque. Fondata nel 1983, l'azienda ha conosciuto una crescita costante nel corso degli anni, sia in termini di fatturato che di espansione fisica e operativa.

Uno dei principali fattori del successo di Italprotec risiede nella qualità dei suoi prodotti e nell'impegno verso l'eccellenza tecnica. Grazie a un'intensa attività di ricerca e sviluppo, l'azienda propone componenti di altissima qualità, caratterizzati da una progettazione precisa e da una finitura impeccabile.

Italprotec dispone di strutture moderne che includono reparti produttivi, uffici e aree dedicate allo stoccaggio e alla movimentazione dei materiali, per una superficie complessiva di oltre 4.000 metri quadrati. Questa solida infrastruttura consente di rispondere in modo tempestivo ed efficiente alle esigenze dei clienti, garantendo un flusso di lavoro ottimizzato e una gestione accurata delle risorse.

L'azienda è fortemente impegnata nella riduzione dell'impatto ambientale, attraverso l'utilizzo di materiali innovativi e l'ado-

zione di pratiche sostenibili. Le certificazioni ISO 14001 e ISO 45001 testimoniano l'attenzione di Italprotec per la tutela dell'ambiente e la sicurezza sul lavoro. Con il marchio Italprotec Green, l'azienda promuove iniziative concrete per la salvaguardia dell'ambiente e la protezione del pianeta.

Le motivazioni e gli obiettivi del Piano formativo

La decisione dell'azienda di presentare il Piano formativo nasce dalla consapevolezza che la gestione ottimizzata dei flussi logistici rappresenta oggi un fattore critico di successo.

In un contesto economico sempre più competitivo, la logistica non è più considerata un semplice centro di costo, ma un elemento strategico per la competitività aziendale. L'adozione della logistica 4.0, fondata sulla digitalizzazione dei processi e sull'impiego di tecnologie innovative, consente all'azienda di integrare i sistemi esecutivi della supply chain, migliorando l'efficienza e la reattività del magazzino. La tracciabilità in tempo reale di mezzi, merci e personale permette di ottimizzare i processi, aumentare la produttività, ridurre la fatica degli operatori e migliorare la sicurezza sul lavoro.

Inoltre, il monitoraggio continuo delle risorse consente di prevenire incidenti e di abilitare forme avanzate di automa-



zione, come l'impiego di AGV, droni e sistemi intelligenti per la gestione dell'inventario. La digitalizzazione dei flussi logistici, supportata da tecnologie IoT e Intelligenza Artificiale, permette di raccogliere e analizzare dati in modo efficace, migliorando la pianificazione, riducendo gli errori e aumentando la qualità del servizio al cliente.

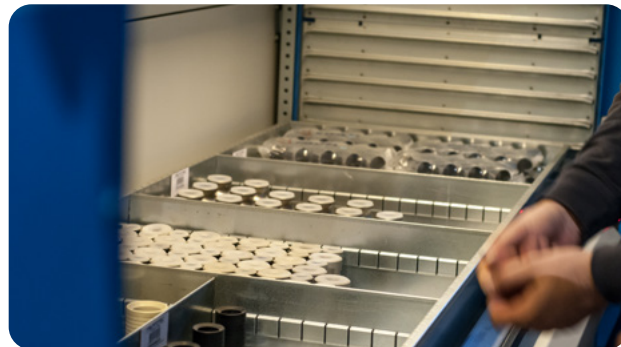
Il Piano formativo è stato finalizzato a trasferire al dirigente le competenze necessarie per affrontare con successo le sfide della modernizzazione logistica e per garantire un servizio di alta qualità al cliente finale.

In particolare, si è puntato a migliorare l'efficienza nella gestione operativa del magazzino attraverso l'applicazione di metodologie come il Lean Management e la Six Sigma, a utilizzare tecniche avanzate di mappatura dei processi logistici e di pianificazione delle risorse, incrementando la produttività del personale e riducendo i tempi di inattività, con l'obiettivo di contenere i costi e assicurare un elevato livello di servizio.

Il percorso ha inoltre previsto la progettazione di layout di magazzino efficienti, con l'implementazione di soluzioni ICT avanzate, inclusi sistemi WMS e TMS, e l'introduzione di sistemi di tracciabilità in tempo reale per ottimizzare l'uso degli spazi e ridurre i tempi di inventario, anche attraverso l'adozione di strumenti di analisi predittiva.

Il percorso formativo

Il percorso formativo si è articolato in due interventi, svolti in modalità mista tra presenza e FAD sincrona, con l'obiettivo di trasferire al dirigente competenze strategiche per una gestione avanzata del magazzino e l'ottimizzazione dei processi logistici, attraverso l'uso di tecnologie basate sull'Intelligenza Artificiale e strumenti di analisi predittiva. L'approccio didattico, attivo e partecipativo, ha favorito il coinvolgimento diretto del partecipante mediante l'impiego di strumenti digitali, piattaforme online e materiali pratici



come manuali, guide operative, casi studio, esercitazioni e software per la simulazione e l'analisi dei dati logistici.

Intervento 1 - Advanced Logistics Management and Warehouse Optimization Strategies. Ha permesso al dirigente di acquisire competenze strategiche nella gestione del magazzino, con particolare attenzione all'ottimizzazione dei processi logistici.

Il percorso ha approfondito il ruolo della logistica come leva competitiva, l'utilizzo di tecniche avanzate di mappatura dei processi, la classificazione ABC per la gestione delle scorte, l'analisi dei KPI per il monitoraggio delle performance e la progettazione strategica del layout del magazzino, tenendo conto delle esigenze operative, delle restrizioni logistiche e delle normative di sicurezza.

L'Intervento ha trattato tematiche quali la logistica strategica, l'ottimizzazione dei processi, la gestione delle scorte, la progettazione del layout e ha incluso un project work finalizzato alla realizzazione di una dashboard centralizzata per il controllo dei flussi informativi.

Intervento 2 - Optimizing Warehouse Logistics through Digital Process Integration. Ha consentito al dirigente di acquisire competenze fondamentali per l'implementazione e la gestione efficace di sistemi WMS e TMS, con l'obiettivo di migliorare la tracciabilità e l'efficienza dei processi logistici

attraverso l'uso di tecnologie di automazione e connettività. Il percorso ha approfondito strategie per ottimizzare i costi di gestione del magazzino, aumentare la produttività degli operatori e ridurre gli errori operativi, anche grazie alla progressiva eliminazione dei supporti cartacei. Sono stati inoltre trattati temi legati all'implementazione di sistemi di tracciabilità in tempo reale, alla gestione ottimale degli spazi e alla riduzione dei tempi di inventario, con un focus sulla raccolta e analisi dei dati logistici tramite hardware e software avanzati, connettività efficiente e utilizzo di KPI per il miglioramento continuo.

I risultati

Il Piano formativo ha permesso all'azienda di sviluppare un sistema digitale integrato per la gestione dei processi logistici, offrendo una visione sistemica e dettagliata delle aree di miglioramento nel magazzino e lungo l'intera filiera. L'adozione di questo sistema ha portato al conseguimento di obiettivi aziendali concreti, tra cui l'aumento dell'efficienza operativa, l'ottimizzazione delle scorte, una maggiore trasparenza e tracciabilità dei flussi, oltre alla significativa riduzione dei costi.

I due interventi formativi hanno fornito al dirigente coinvolto una solida comprensione del ruolo strategico della logistica nella supply chain, consentendogli di applicare metodologie avanzate come Lean Management e Six Sigma, padroneggiare tecniche di mappatura dei processi e progettazione dei layout, gestire le scorte in modo ottimale e implementare soluzioni ICT come WMS e TMS. Inoltre, ha acquisito competenze nell'interpretazione dei dati logistici per il miglioramento continuo e nell'utilizzo di strumenti di tracciabilità e analisi predittiva, contribuendo in modo diretto all'innovazione e alla competitività dell'organizzazione.

In linea con quanto previsto dal progetto approvato, l'azienda ha sviluppato due prodotti concreti:

- dashboard centralizzata per il controllo dei flussi informativi logistici, che permette un monitoraggio in tempo reale e una gestione più efficace della catena di approvvigionamento.
- strumento di analisi predittiva per potenziare le capacità previsionali della gestione logistica.

La parola all'azienda

I benefici ottenuti confermano il valore strategico della formazione come leva per l'innovazione, la digitalizzazione e il miglioramento continuo. Sulla base di tali risultati, l'azienda intende proseguire con ulteriori interventi formativi, finalizzati a rafforzare le competenze manageriali emergenti e a sostenere un modello di crescita orientato alla qualità, alla sostenibilità e alla resilienza dei processi.

Gianpaolo Rossi

Amministratore Delegato

Il Piano in sintesi



Dimensione azienda
Grande



Settore
Metalmeccanico



Localizzazione
**Cavenago di Brianza
(Monza e della Brianza)**



Dirigenti coinvolti
1



Ore di formazione
complessive
64

Barazza s.r.l.

Percorso Dirigenti - Intelligenza Artificiale

BARAZZA
taste of design



Sito web

L'azienda

Barazza, fondata nel 1968, è un'azienda leader nel settore dell'arredamento per cucine, rinomata per la produzione di elettrodomestici e lavelli che incarnano l'eccellenza del design italiano e l'innovazione tecnologica. Situata nella Inox Valley, Barazza unisce tradizione e modernità, mantenendo un'identità aziendale fortemente orientata alla qualità e all'innovazione.

L'azienda si distingue per la capacità di coniugare artigianalità e attenzione al dettaglio, offrendo collezioni esclusive che interpretano le tendenze contemporanee, con particolare cura per l'ergonomia e la funzionalità. I mercati di riferimento sono diversificati e internazionali, a testimonianza della competitività globale dell'azienda, grazie a prodotti che rappresentano un perfetto equilibrio tra design, comfort e tecnologia.

L'innovazione è il principio guida di ogni nuova idea: il laboratorio interno di ricerca e sviluppo è il cuore pulsante dove nascono i progetti più ambiziosi, che prendono forma attraverso le competenze artigianali e le potenzialità tecnologiche. Il "saper fare" italiano, che caratterizza ogni prodotto Barazza, è il risultato di un'organizzazione che valorizza la professionalità dei propri collaboratori e cura ogni dettaglio, garantendo soluzioni capaci di soddisfare le aspettative dei clienti.

Le motivazioni e gli obiettivi del Piano formativo

La crescente concorrenza internazionale, l'evoluzione rapida delle tecnologie e la necessità di mantenere elevati standard qualitativi impongono a Barazza s.r.l. un'attenzione costante, soprattutto in relazione alle aspettative di un consumatore sempre più sensibile alla sostenibilità e all'impatto ambientale dei prodotti. In questo scenario, segnato da una continua trasformazione digitale, l'azienda ha riconosciuto l'urgenza di avviare un percorso di cambiamento capace non solo di rispondere alle sfide attuali, ma anche di anticipare quelle future.

Da questa consapevolezza è nato il Piano formativo, con l'obiettivo di rafforzare la crescita manageriale e la competitività aziendale attraverso l'adozione di soluzioni digitali che integrino la maestria artigianale con le tecnologie emergenti. La digitalizzazione dei processi si è rivelata una leva strategica imprescindibile per ottimizzare la produzione, migliorare l'efficienza operativa e garantire una maggiore flessibilità nella gestione delle risorse. Inoltre, la capacità di analizzare i dati in tempo reale e di prevedere le tendenze di mercato è diventata un elemento chiave per mantenere la competitività e offrire ai clienti soluzioni sempre più innovative e in linea con le loro aspettative.





Il Piano non si è limitato al raggiungimento di obiettivi di business, ma ha generato un insieme di competenze trasversali fondamentali per affrontare con consapevolezza e sicurezza il cambiamento digitale. Tra gli obiettivi perseguiti vi sono lo sviluppo di una solida comprensione delle tecnologie digitali emergenti e del loro impatto sui processi aziendali; la familiarizzazione con gli strumenti digitali più adatti al contesto produttivo e la loro integrazione per migliorare efficienza e produttività; il potenziamento delle competenze analitiche per trasformare i dati in informazioni strategiche; il miglioramento delle competenze tecniche in ambito di programmazione e gestione dei database; e il rafforzamento della sinergia tra i reparti aziendali, promuovendo una maggiore integrazione e collaborazione.

In particolare, Barazza ha individuato nell'intelligenza artificiale una delle sfide più rilevanti e promettenti della trasformazione digitale. L'azienda ha ritenuto fondamentale dotarsi di competenze e strumenti che permettano di comprendere e governare questa tecnologia, valutandone le potenzialità e i rischi, sia in termini di costi, sia in termini di impatti organizzativi e procedurali.

La presentazione del Piano ha rappresentato anche una risposta alle criticità emerse dall'analisi dei processi azien-

dali, tra cui la resistenza al cambiamento, il divario tra le competenze digitali attuali e quelle richieste dal mercato, e la necessità di ristrutturare i processi interni per renderli più agili, integrati e orientati all'innovazione.

Il percorso formativo

Il percorso formativo, suddiviso tra lezioni sincrone da remoto e incontri in presenza, ha garantito un equilibrio efficace tra l'accessibilità dell'apprendimento online e la ricchezza dell'interazione pratica in aula. La metodologia didattica ha combinato momenti teorici ed esercitazioni in tempo reale, favorendo un apprendimento immediatamente applicabile e adattabile alle esigenze operative dell'azienda. L'interazione diretta con il docente ha permesso di personalizzare il programma formativo, assicurando una risposta mirata alle necessità specifiche del partecipante e massimizzando l'efficacia del percorso.

La didattica è stata concepita per accompagnare il partecipante in un percorso graduale, che ha unito la comprensione approfondita delle basi concettuali dell'intelligenza artificiale con l'applicazione concreta delle principali metodologie e strumenti.

Sono stati realizzati due interventi formativi:

Intervento 1 - FILE MAKER SCRIPTING AVANZATO - altamente specialistico è stato pensato per potenziare le competenze del management aziendale nello sviluppo e nella personalizzazione di soluzioni digitali. L'Intervento ha offerto un'approfondita esplorazione delle funzionalità avanzate di FileMaker, piattaforma DBMS largamente utilizzata in azienda, con l'obiettivo di rendere il partecipante autonomo nella programmazione tramite scripting e nello sviluppo di applicazioni customizzate capaci di automatizzare operazioni complesse e ottimizzare i flussi di lavoro.

Sono state affrontate tematiche fondamentali come la creazione di script, la gestione delle interfacce e delle finestre, l'interazione con l'utente, la lettura e scrittura di file esterni, l'utilizzo di FileMaker GO per lo scripting in mobilità, la configurazione di menu personalizzati e l'impiego degli Script Trigger per l'automazione di eventi. Particolare attenzione è stata dedicata anche all'esecuzione di script su FileMaker Server, per migliorare la scalabilità e l'efficienza operativa, e all'integrazione con formati strutturati come JSON e XML, indispensabili per garantire interoperabilità tra sistemi.

Intervento 2 - AI LITERACY - è stato finalizzato a introdurre in azienda una solida cultura dell'intelligenza artificiale, rendendo il partecipante consapevole delle sue potenzialità, delle sfide e delle applicazioni concrete nei contesti organizzativi. I contenuti iniziali hanno fornito una panoramica sulle logiche predittive, sulle tecniche disponibili e sugli ambiti applicativi, affrontando anche aspetti critici come la valutazione dell'accuratezza dei modelli, la gestione dei dati sensibili e i rischi legati all'adozione di soluzioni algoritmiche. Successivamente, l'analisi di casi d'uso reali ha permesso di esplorare le fasi di progettazione, gestione e valutazione di un progetto AI, con particolare attenzione al design strategico delle iniziative, dalla raccolta dei requisiti fino al rilascio.

Il percorso si è concluso con lo sviluppo di un project work individuale dedicato alla progettazione e prototipazione di una Proof of Concept basata su un caso interno rilevante per Barazza.

I risultati

I percorsi attivati, selezionati in modo mirato rispetto alle esigenze strategiche aziendali, hanno permesso di sviluppare competenze digitali avanzate, in linea con gli obiettivi di innovazione e trasformazione tecnologica. Il modulo dedicato allo scripting avanzato su FileMaker ha migliorato la

capacità dell'organizzazione di gestire dati e processi, automatizzando attività ripetitive e integrando nuove funzionalità digitali nei flussi operativi, con ricadute tangibili sull'efficienza interna, in particolare nella produzione e nelle vendite.

Parallelamente, il percorso "AI Literacy" ha favorito la costruzione di una cultura manageriale orientata all'innovazione, stimolando una visione strategica sull'uso dei dati e delle tecnologie intelligenti. L'approccio formativo, basato su teoria, pratica e coaching individuale, ha permesso al partecipante di acquisire una comprensione strutturata dell'intelligenza artificiale e di tradurre le conoscenze apprese in azioni concrete, grazie anche allo sviluppo di un project work su un caso reale aziendale. Le sessioni di coaching hanno rafforzato competenze trasversali come l'analisi, la valutazione dei rischi, la definizione delle priorità e la comunicazione strategica.

Il Piano ha generato un impatto positivo sull'organizzazione, promuovendo una maggiore capacità di adattamento al cambiamento, decisioni data-driven e lo sviluppo di soluzioni tecnologiche su misura.

Al termine della formazione, sono stati realizzati output tangibili e strumenti concreti, a disposizione dell'azienda e del management, per gestire l'innovazione e il miglioramento continuo:

- Proof of Concept (PoC) – Applicazione basata su Intelligenza Artificiale, sviluppata in ambiente cloud, navigabile e consultabile, progettata per misurare i benefici potenziali per l'azienda e valutare rischi, vulnerabilità e sostenibilità dell'Intervento.
- Report di chiusura – Documento che sintetizza i risultati ottenuti, propone una strategia di sviluppo e definisce un piano operativo di implementazione nel breve-medio termine, configurandosi come prototipo concreto per la risoluzione di problematiche aziendali.

- **Modello di Database Management System (DBMS)** – Sistema personalizzato basato su FileMaker, progettato per migliorare la gestione, l'organizzazione e l'accessibilità dei dati aziendali. Il modello è modulare e scalabile, già operativo e predisposto per future integrazioni, inclusa l'adozione di tecnologie di Intelligenza Artificiale per l'analisi predittiva.

La parola all'azienda

Barazza ritiene che il percorso formativo realizzato abbia rappresentato un passo fondamentale per la crescita della nostra organizzazione, rafforzando le competenze manageriali e digitali in linea con le sfide di un mercato sempre più competitivo e globalizzato. Grazie agli interventi sviluppati, l'azienda ha potuto trasformare la formazione in risultati concreti, traducendo il sapere acquisito in strumenti operativi capaci di incidere direttamente sulla produttività, sull'efficienza e sulla capacità di innovazione.

L'approfondimento sullo scripting avanzato di FileMaker ha consentito di sviluppare soluzioni digitali personalizzate, in grado di ottimizzare i flussi di lavoro, ridurre le attività ripetitive e aumentare l'autonomia interna nella gestione dei dati. Questo investimento in competenze si traduce per noi in maggiore agilità e flessibilità operativa, elementi cruciali per rispondere tempestivamente alle esigenze del mercato e per garantire un vantaggio competitivo duraturo.

Allo stesso tempo, il percorso di AI Literacy ha favorito la diffusione di una vera e propria cultura dell'innovazione, rafforzando la capacità del management di interpretare i dati come asset strategico e di valutare con consapevolezza opportunità e rischi legati all'intelligenza artificiale. La realizzazione di una Proof of Concept interna ha dimostrato concretamente come queste conoscenze possano trasformarsi in progetti ad alto valore

aggiunto, orientati non solo all'efficienza, ma anche alla sostenibilità e alla qualità del nostro prodotto.

Per Barazza, i benefici del Piano formativo non si limitano ai risultati immediati, ma aprono la strada a un percorso di sviluppo continuo. Oggi disponiamo di strumenti digitali più avanzati, di una maggiore integrazione tra i reparti e di una mentalità aziendale più proattiva e collaborativa. Questo ci consente di consolidare il nostro ruolo di leader nel settore dell'arredamento per cucine, valorizzando il connubio tra artigianalità, design e tecnologia che da sempre ci contraddistingue.

Siamo convinti che l'esperienza maturata con questo progetto rappresenti una leva strategica per affrontare con fiducia le sfide future, mantenendo alta la nostra capacità di innovare e di interpretare i bisogni di mercati internazionali sempre più complessi ed esigenti.

Bruno Barazza

Legale Rappresentante

Il Piano in sintesi



Dimensione azienda
Media



Settore
Manifatturiero



Localizzazione
Santa Lucia di Piave (Treviso)



Dirigenti coinvolti
1



Ore di formazione complessive
66

Tod's S.p.A.

Tod's AI Management Executive Program



Sito web

La produzione avviene principalmente in stabilimenti interni, con il supporto di strutture esterne selezionate, per garantire l'eccellenza dei materiali e delle lavorazioni. La distribuzione si articola attraverso negozi diretti, partner wholesale qualificati e canali digitali, con un forte impegno nella trasformazione digitale e nell'adozione di tecnologie emergenti come l'intelligenza artificiale, per rafforzare la competitività globale e raggiungere l'eccellenza internazionale.

L'azienda

Tod's è la holding operativa di un gruppo tra i principali protagonisti nel settore dei beni di lusso, con oltre 5.200 dipendenti nel mondo. Gestisce marchi prestigiosi come Tod's, Hogan, Fay e Roger Vivier, ed è riconosciuta per la capacità di coniugare tradizione artigianale e innovazione, mantenendo una qualità senza compromessi.

Sotto la guida di Diego Della Valle, il gruppo si è affermato come simbolo del Made in Italy, espressione di uno stile di vita italiano e di una qualità impareggiabile. L'azienda controlla l'intera filiera produttiva, dalla creazione alla distribuzione, collaborando con fornitori storici e operando in distretti artigianali altamente specializzati.

Le motivazioni e gli obiettivi del Piano formativo

L'Intelligenza Artificiale si sta affermando nel settore moda come leva strategica fondamentale, sia per innovare i processi creativi che per ottimizzare l'efficienza operativa e personalizzare l'esperienza del cliente. Il Gruppo Tod's ha già in attivo l'adozione di strumenti predittivi di analisi dei dati, e intende rafforzare il proprio approccio Data-driven, integrando la tradizione artigianale con tecnologie digitali all'avanguardia.

L'obiettivo del Piano è stato quello di potenziare la capacità decisionale, rendere più efficaci le attività di marketing e vendita e valorizzare la creatività, mediante l'impiego di



algoritmi generativi e l'adozione di strumenti digitali per affrontare scenari in continua evoluzione, garantendo la coerenza tra stile, innovazione e sostenibilità economica. L'obiettivo è stato quello di trasformare l'azienda in una Data-Driven Company, per basare le proprie decisioni strategiche su dati oggettivi e affidabili.

A tal fine, ha promosso una cultura dell'innovazione fondata sull'analisi dei dati, incentivando la collaborazione interfunzionale e lo sviluppo di competenze digitali avanzate per valorizzare il patrimonio informativo aziendale.

Il percorso formativo

Il percorso ha trasferito competenze digitali avanzate per l'analisi e l'interpretazione dei Big Data, rendendoli accessibili e utili attraverso l'applicazione delle più innovative metodologie analitiche e l'utilizzo di un'ampia gamma di modelli e strumenti.

La formazione ha avuto un taglio fortemente operativo, alternando lezioni frontali a metodologie di Action Learning, con approcci pragmatici ed esperienziali. Il programma si è articolato in due interventi formativi principali, con l'obiettivo di valorizzare il patrimonio informativo aziendale:

Intervento 1 - AI-DRIVEN STRATEGY SKILLS – ha favorito l'adozione dell'AI nell'ambito di una cultura organizzativa Data-Driven, trasferendo ai partecipanti una visione d'insieme sulle nuove tecnologie e i principali strumenti di Generative AI, approfondendo gli aspetti evolutivi e tecnici e le implicazioni manageriali. Il percorso ha consentito di approfondire le tecnologie del cluster AI e le applicazioni nel settore moda, valutando rischi e sfide legate alla sua adozione nelle diverse funzioni aziendali.

I contenuti sono stati suddivisi in due moduli: il primo dedicato alla Data-Driven Economy, con focus sull'uso dei



Big Data e dell'AI per lo sviluppo del business nel settore Fashion & Luxury; il secondo incentrato sull'Artificial Intelligence Framework, con approfondimenti sulle reti neurali, strumenti di computer vision e linee guida per la definizione e l'implementazione di una strategia AI aziendale.

Intervento 2 - DATA STRATEGY MANAGEMENT SKILLS – ha sviluppato competenze digitali avanzate per valorizzare il patrimonio informativo aziendale, promuovendo il passaggio da un approccio operativo di Data Management a una strategia evoluta di Data Strategy.

I dirigenti coinvolti hanno approfondito l'uso dei sistemi di Business Intelligence, acquisendo capacità analitiche per raccogliere, interpretare e visualizzare i dati a supporto delle decisioni strategiche. Il programma è stato articolato in due moduli: il primo dedicato alle tecniche di analisi e visualizzazione dei dati, il secondo alla Data Strategy e alla governance del dato. I contenuti sono stati personalizzati in base alle responsabilità dei dirigenti, con sessioni individuali per garantire una maggiore efficacia del processo di apprendimento.



I risultati

Il Piano formativo ha accelerato la trasformazione di Tod's in una Data-Driven Company, diffondendo una cultura del dato e potenziando le competenze digitali di 15 dirigenti. I partecipanti hanno acquisito conoscenze sull'AI e sulla sua applicazione nei processi aziendali, migliorando la capacità decisionale e favorendo l'integrazione tra funzioni.

Tra i principali risultati concreti, il Piano ha prodotto due strumenti strategici a supporto della trasformazione digitale di Tod's:

- **Roadmap Digitale Incrementale:** una guida operativa per l'integrazione progressiva dell'intelligenza artificiale nella strategia aziendale, utile per valutarne l'impatto su processi, mindset e decisioni, favorendo una cultura AI-driven diffusa e sostenibile.
- **Modelli di Dashboard Interattive:** strumenti evoluti per visualizzare e interpretare dati complessi in modo intuitivo, con funzionalità predittive e automatizzate. Le dash-

board potenziano il processo decisionale, rendendolo più informato, tempestivo e personalizzabile in base alle esigenze dei diversi stakeholder.






La parola all'azienda

In un'azienda come Tod's, dove ogni dettaglio racconta una storia di eccellenza e ogni gesto riflette una tradizione artigianale, diventare una Data-Driven Company significa dare nuova voce anche l'intelligenza del dato. Diffondere una cultura digitale non è solo un cambiamento tecnologico, ma è un'evoluzione culturale: è mettere il potere dell'informazione al servizio della creatività, dell'intuizione e della visione globale, per continuare ad interpretare il lusso con autenticità e precisione. Grazie alla formazione, ogni manager, in ogni funzione, è in grado di prendere decisioni più consapevoli, rapide e coerenti con l'evoluzione globale del mercato.

Davide Rivolta

Global HR Director di Tod's Spa

Il Piano in sintesi

 Dimensione azienda Grande	 Settore Manifatturiero
 Localizzazione Sant'Elpidio a Mare (Fermo)	 Dirigenti coinvolti 15
 Ore di formazione complessive 126	

Main S.p.A.

La manifattura additiva e la digitalizzazione del processo di lavoro



Sito web

L'azienda

La M.A.I.N. S.p.A., fondata nel 2000 e situata nella zona industriale della Valbasento (MT), è una società per azioni che si distingue per la sua dinamicità e competitività nel mercato nazionale ed europeo. Specializzata nella produzione e vendita di tessuto non tessuto Airlaid, la sua mission è racchiusa nell'acronimo che ne definisce l'identità: Multilayer, Absorbent, Innovative, Nonwoven.

L'azienda, costantemente impegnata in attività di ricerca e sviluppo attraverso il proprio laboratorio, è riuscita nel tempo a trasformare il tessuto non tessuto Airlaid in una ampia gamma di prodotti destinati a settori come igiene personale, imballaggio alimentare, pulizia industriale e domestica, medicale e catering. Inoltre, grazie alla flessibilità del processo di lavorazione e alla parallela attività di ricerca, è in grado di creare semilavorati e manufatti colorati per applicazioni specifiche, in special modo per le attività di catering.

Negli ultimi anni, MAIN ha ampliato il proprio mercato oltre i confini regionali, raggiungendo una dimensione internazionale. In linea con i principi di Industria 4.0, ha aggiornato

la propria mission, puntando su digitalizzazione, automazione e sostenibilità, con l'obiettivo di ottimizzare i processi produttivi, ridurre gli sprechi e valorizzare il capitale umano.

Le motivazioni e gli obiettivi del Piano formativo

Le motivazioni alla base del Piano di formazione della M.A.I.N. S.p.A. risiedono nella volontà strategica dell'azienda di investire nella manifattura additiva, considerata una tecnologia chiave per migliorare l'efficienza produttiva e in grado di incidere su due leve fondamentali per lo sviluppo aziendale: lo snellimento della produzione e l'aumento della redditività.

L'interesse nasce dall'osservazione delle dinamiche globali della produzione industriale e dalla consapevolezza che l'additive manufacturing rappresenta una trasformazione radicale del modo di produrre, in linea con i principi di Industria 4.0 ed in ottica di quelli di Industria 5.0. Questa tecnologia, infatti, consente di realizzare geometrie complesse, ridurre gli sprechi di materiale, limitare gli scarti, personalizzare i prodotti, abbattere i costi di produzione, soprattutto per produzioni in piccole serie, velocizzare il time to market e riorganizzare la logistica produttiva.

L'azienda ha scelto di affrontare questa sfida investendo nel proprio capitale umano, spinta da fattori esterni come le raccomandazioni delle agende europee e internazionali, ma anche da esigenze interne, legate soprattutto alla necessità di innovare il ciclo produttivo puntando su flessibilità, efficienza e personalizzazione delle lavorazioni.

Il Piano di formazione, progettato per accompagnare l'evoluzione tecnologica e produttiva dell'azienda, è stato dedicato interamente alla figura dirigenziale con lo scopo di trasferire conoscenze e abilità che assicurassero la capacità di gover-

nare con competenza tutte le fasi del processo di manifattura additiva. Attraverso un percorso integrato tra teoria, pratica laboratoriale e analisi di casi concreti, il programma ha voluto offrire un quadro completo delle tecnologie, dei materiali e dei flussi di lavoro, favorendo una comprensione approfondita anche delle fasi di post-processo, estremamente importanti poiché in grado di analizzare e migliorare i flussi di lavoro susseguenti.

L'Intervento formativo ha avuto l'obiettivo di rafforzare la capacità di pianificare e gestire processi produttivi avanzati, monitorare le performance e contribuire al miglioramento organizzativo, promuovendo al contempo una cultura dell'innovazione.

In coerenza con la strategia aziendale orientata alla digitalizzazione, il Piano ha valorizzato competenze specialistiche come la selezione delle tecnologie additive più appropriate, la progettazione secondo i principi del Design for Additive Manufacturing, la regolazione dei parametri di processo, la manutenzione dei sistemi AM e l'analisi tecnica dei prodotti.

Il percorso formativo

Il percorso formativo è stato strutturato per affrontare in modo completo e progressivo il tema della manifattura additiva, con l'obiettivo di rafforzare le competenze tecnologiche e digitali del Direttore dello Stabilimento, in linea con le esigenze emerse in fase di analisi del fabbisogno.

L'Intervento ha previsto quattro moduli teorici e tre laboratori pratici, progettati per garantire un apprendimento graduale, personalizzato e fortemente contestualizzato rispetto al processo produttivo aziendale.



Il Modulo 1 ha introdotto il concetto di manifattura additiva, illustrandone l'evoluzione storica, le tecnologie di riferimento e i materiali impiegati, con particolare attenzione a polimeri e compositi. È stato approfondito il ruolo dell'additive manufacturing nella trasformazione industriale e nella digitalizzazione dei processi.

Il Modulo 2 ha analizzato il flusso di lavoro tipico della manifattura additiva, dalla progettazione alla realizzazione dell'oggetto. Sono state trattate le fasi di pre-processo, con tecniche di ottimizzazione e strategie di design, e quelle di post-processo, con panoramica sulle tecnologie e sulle applicazioni industriali. Sono stati presentati casi studio per contestualizzare le soluzioni adottate.

Il Modulo 3 ha approfondito le tecnologie additive più avanzate, come i sistemi a letto di polveri (powder bed), e le relative applicazioni. Sono stati analizzati materiali innovativi, strategie di progettazione secondo il Design for Additive Manufacturing, e le principali tecnologie utilizzate nel settore industriale, con focus su polimeri, compositi e biomateriali.

Il Modulo 4 ha affrontato il tema del post-processo e dell'analisi finale, includendo operazioni di rimozione delle parti e dei supporti, trattamenti termici e superficiali, sistemi di scansione 3D e metrologia. È stata data particolare attenzione alla fase di analisi tecnica e alla reportistica, con esercitazioni pratiche su strumenti e software dedicati.

I laboratori pratici hanno rappresentato una fase fondamentale del percorso formativo, permettendo al partecipante di consolidare le competenze acquisite attraverso attività operative strettamente connesse al contesto produttivo. Il primo laboratorio si è concentrato sulla stampa con polimeri, affrontando le operazioni preliminari e il setting della macchina, con esercitazioni mirate alla comprensione e gestione del processo di stampa. Il secondo ha simulato le fasi di post-processo, approfondendo la rimozione dei supporti e l'applicazione di trattamenti termici e superficiali, fondamentali per la rifinitura e la funzionalità del prodotto. Il terzo laboratorio ha introdotto le tecniche di scansione 3D e metrologia, con attività pratiche dedicate all'acquisizione dei dati dimensionali e all'analisi tecnica del prodotto, finalizzate alla verifica della qualità e alla reportistica.

L'intero percorso è stato erogato in modalità one to one, con un approccio business-oriented e una forte personalizzazione dei contenuti, adattati in itinere alle esigenze specifiche del partecipante. La collocazione dell'aula all'interno dello stabilimento, in prossimità della linea produttiva, ha favorito un apprendimento immersivo e immediatamente applicabile, trasformando ogni sessione teorica in un'occasione di confronto diretto con la realtà operativa.

I risultati

L'iniziativa ha rappresentato un passaggio strategico nel percorso di innovazione e trasformazione digitale dell'azienda e, in linea con i principi di Industria 5.0, ha generato un impatto significativo sia sul piano manageriale che su quello operativo, contribuendo a rafforzare la cultura aziendale orientata all'innovazione e alla sostenibilità.

Il Direttore dello Stabilimento ha acquisito competenze tecnico-gestionali immediatamente applicabili, che hanno prodotto riscontri concreti già nel breve periodo lungo la linea di produzione, migliorando in particolare la programmazione e la progettazione secondo i principi del Design for Additive Manufacturing.

L'approccio formativo ha favorito una nuova consapevolezza strategica rispetto al potenziale competitivo della manifattura additiva, trasformando l'innovazione da semplice leva tecnologica a fattore integrato nelle decisioni operative, nella pianificazione e nell'organizzazione del lavoro.

Inoltre, il percorso ha rafforzato il dialogo tra il management e le dinamiche evolutive del mercato globale, promuovendo una maggiore apertura alle raccomandazioni espresse dalle agende internazionali, in particolare quelle europee.

Costruito sulla logica della sostenibilità, il Piano, ha prodotto output concreti, funzionali e personalizzati, destinati a rimanere patrimonio operativo dell'azienda e ad essere impiegati in modo strutturale lungo la linea produttiva.

In particolare, il percorso formativo ha permesso di realizzare:

- Schema dettagliato del processo produttivo con manifattura additiva, utile per identificare le fasi in cui le tecnologie additive possono integrare o sostituire quelle tradizionali.



- Strutturazione della linea pilota, con selezione delle tecnologie per progettazione e post-processo, finalizzata alla sperimentazione su scala ridotta.
- Programma tecnico-operativo contenente materiali da utilizzare, software di progettazione e controllo, e strumentazione 3D per la stampa additiva.
- Schemi di flusso di lavoro per componenti a valore aggiunto e report di redditività, utili per guidare le scelte tecnologiche in termini di efficienza e ritorno economico.

La parola all'azienda

In totale accordo con le indicazioni di Industria 5.0, che mette al centro del processo lavorativo la persona valorizzandone capacità e benessere, in un modello che si affianca alle tecnologie al fine offrire un ambiente di lavoro più sostenibile, etico e resiliente, riteniamo il capitale umano dell'azienda, a prescindere dal ruolo occupato, l'elemento strategico su cui poggiano tutte le strategie di crescita di un sistema complesso, quale quello di un'azienda come la MAIN SPA.

Per queste ragioni riteniamo la formazione leva fondamentale per lo sviluppo e la produttività e la utilizziamo sistematicamente per favorire i processi di riposizionamento competitivo che l'azienda ha intrapreso, soprattutto nell'ultimo quinquennio, per competere nel mercato italiano ed europeo.

Le sfide che il mercato globale e i processi d'innovazione pongono sono ancora tante e, grazie anche agli strumenti della formazione finanziata, l'azienda ha chiari gli obiettivi da conseguire nei prossimi anni con azioni mirate e contestualizzate di formazione:

- l'integrazione nel processo produttivo dell'Intelligenza Artificiale;
- la strutturazione di un piano di Risk Management per analizzare e prevedere i rischi reali e probabili e limitare, di conseguenza, possibili scenari incerti, individuando nuovi partner e nuovi mercati.

Mario Lovato

Legale rappresentante

Il Piano in sintesi



Dimensione azienda
Media



Settore
Manifatturiero



Localizzazione
Pisticci (Matera)



Dirigenti coinvolti
1



Ore di formazione complessive
66

Silatech S.p.A.

Digital Supply Chain Management: tecnologie di Digital Lean per l'ottimizzazione del Value Stream



Sito web

L'azienda

SILATECH è un'azienda del Gruppo Sila, leader nella produzione e distribuzione di sistemi di cambio marcia per le principali case automobilistiche a livello mondiale. Specializzata nella realizzazione di sistemi di cambio e cavi flessibili di telecontrollo, vanta oltre 50 anni di esperienza nella fabbricazione di cavi e guaine.

L'azienda produce internamente la maggior parte dei componenti plastici, grazie a un reparto di stampaggio termoplastico a iniezione altamente specializzato. SILATECH garantisce un supporto costante ai propri clienti, avvalendosi di tecniche prototipali rapide e affidabili, personale qualificato in continua formazione e macchinari dotati delle più avanzate tecnologie disponibili sul mercato.

Con l'evoluzione del settore automobilistico verso soluzioni ibride ed elettriche, l'azienda ha ampliato la propria offerta includendo sistemi automatici e full-by-wire shifting. Questi nuovi processi produttivi sono stati progettati secondo i principi dell'Industria 4.0, rendendo il sito produttivo completamente digitalizzato e interconnesso: dalla ricezione dell'ordine alla consegna del prodotto finito, ogni fase è tracciabile in un'ottica di sostenibilità.

SILATECH si impegna attivamente nella riduzione dei consumi energetici, non solo all'interno dell'organizzazione ma lungo l'intera filiera. Tra le iniziative adottate figurano l'installazione di pannelli fotovoltaici e la sostituzione dell'illuminazione tradizionale con lampade LED, il tutto certificato secondo la norma ISO 14001.

Grazie a una crescita costante, l'azienda ha esteso la propria presenza internazionale con stabilimenti produttivi in Polonia, Brasile, Cina e India.

Le motivazioni e gli obiettivi del Piano formativo

La presentazione del Piano nasce dall'esigenza di rispondere alla crescente complessità organizzativa e produttiva che coinvolge SILATECH S.p.A., oggi impegnata in un profondo processo di trasformazione digitale e lean della propria supply chain. L'azienda si è trovata a dover ridefinire i propri asset digitali e a potenziare le competenze manageriali interne, in particolare per affrontare l'incremento significativo dei volumi di vendita legato all'espansione verso mercati esteri e segmenti di nicchia. Questo scenario, se da un lato rappresenta un'opportunità strategica, dall'altro ha richiesto un'attenta pianificazione, investimenti in tecnologie avanzate e un costante miglioramento delle performance operative.

In tale contesto, il Piano formativo si configura come una risposta concreta a due priorità fondamentali: la riorganizzazione dei processi aziendali attraverso strumenti lean, come la Value Stream Map, per individuare inefficienze e ottimizzare i flussi di valore; e l'adeguamento logistico e digitale, reso necessario dall'acquisizione di un nuovo magazzino e dalla volontà di integrare piattaforme di monitoraggio e raccolta dati. A supporto di questa trasformazione, l'azienda

ha investito nel rafforzamento delle competenze del middle management, con particolare attenzione alle aree Operations, Supply Chain, Commerciale e Acquisti, promuovendo una cultura aziendale orientata all'apprendimento continuo e alla condivisione della vision strategica.

Il Piano ha quindi mirato a consolidare le competenze manageriali e tecnico-gestionali dei Dirigenti, accompagnandoli nel percorso di digitalizzazione della supply chain, attraverso:

- la mappatura delle attività logistiche per individuare inefficienze e aree di miglioramento;
- il miglioramento del flusso di valore e la riduzione dei costi tramite un monitoraggio costante di materie prime, prodotti in lavorazione e finiti, secondo i principi del Digital Lean;
- l'upskilling delle figure dirigenziali di middle management con responsabilità in ambito Operations, Supply Chain, Commerciale e Acquisti, per favorire l'allineamento alla vision e mission aziendale;
- l'attuazione di una riorganizzazione basata sulla Value Stream Map, per mappare l'intero flusso di valore, sia in termini di materiali e processi, sia di comunicazione.

Il percorso formativo

Il percorso si è focalizzato sulla trasformazione digitale della supply chain, trasferendo ai dirigenti le competenze necessarie per digitalizzare la Value Stream Map (VSM) lungo la catena logistica e introdurre tecnologie abilitanti come l'Intelligenza Artificiale (AI) e l'Internet of Things (IoT), attraverso tre interventi formativi svolti in presenza:

Intervento 1 – DIGITAL VALUE STREAM: LA DIGITALIZZAZIONE DEL FLUSSO DEL VALORE – ha trasferito competenze, conoscenze tecniche e strumenti per mappare il

flusso del valore digitale end-to-end lungo la supply chain, integrando la mappatura con KPI (Key Performance Indicator) per individuare opportunità di miglioramento (Waste Hunting). Ha inoltre sviluppato competenze di leadership strategica per guidare la trasformazione digitale con una visione chiara di sviluppo, potenziando la capacità di analisi dei dati per identificare tendenze e opportunità. Sul piano tecnico-gestionale, ha fornito le competenze per gestire il VSM e introdurre tecnologie hardware e software innovative.

Intervento 2 – DIGITAL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT – ha fornito ai dirigenti una chiave di lettura innovativa delle Operations in contesti ad alta complessità, promuovendo un approccio sistemico e l'utilizzo di strumenti adeguati per pianificare domanda, produzione e fabbisogni materiali. Il percorso ha favorito l'adozione di tecnologie avanzate per ottimizzare i processi, ridurre i costi e aumentare la competitività. Sono state rafforzate le competenze di leadership strategica e quelle tecnico-gestionali, in particolare nella raccolta e analisi dei dati attraverso strumenti di data analytics e business intelligence.

Intervento 3 – DIGITAL SUPPLY CHAIN OPERATION E LOGISTICA DI MAGAZZINO – ha fornito un quadro concettuale e operativo approfondito sugli strumenti e le tecnologie abilitanti (AI, IoT) per la gestione dei flussi di merci e informazioni all'interno della catena aziendale. Ha sviluppato competenze di leadership e gestione del cambiamento per accompagnare i team nella transizione digitale, affrontando le resistenze e promuovendo una cultura dell'innovazione. Sono state inoltre potenziate le capacità di problem solving e decision making per affrontare sfide complesse e prendere decisioni strategiche in tempi rapidi, insieme alle competenze tecnico-gestionali per integrare tecnologie emergenti come IoT, AI, blockchain e sistemi di automazione nella gestione della supply chain.

I risultati

Il Piano formativo ha rafforzato le competenze del management, favorendo l'integrazione di tecnologie abilitanti come AI e IoT e promuovendo una cultura di apprendimento continuo. L'adozione della Value Stream Map, la digitalizzazione degli asset aziendali e l'espansione logistica hanno permesso di ottimizzare i flussi e aumentare la competitività, anche grazie all'acquisto di un nuovo magazzino.

Al termine della formazione, sono stati prodotti output concreti, a disposizione del management per governare il cambiamento:

- **Piano di Digital Agenda:** roadmap per l'adozione di nuove tecnologie e l'identificazione di milestone e opportunità di sviluppo nel breve, medio e lungo periodo, comprensiva di: valutazione delle tecnologie attuali e identificazione delle aree critiche che necessitano di miglioramento.
- **Sistemi di Monitoraggio e Tracking:** soluzioni IoT per il monitoraggio in tempo reale delle risorse di magazzino e delle spedizioni, attraverso sensori e dispositivi di tracciamento.
- **Analisi Avanzata dei Dati:** strumenti di machine learning e data analytics per prevedere la domanda, ottimizzare le scorte e massimizzare l'efficienza operativa, migliorando la soddisfazione del cliente e il posizionamento competitivo dell'azienda.
- **Logistic Centralized Dashboard:** cruscotto centralizzato per il controllo dei flussi informativi provenienti dalle attività logistiche e dal sistema di distribuzione, con report personalizzati basati su KPI (Key Performance Indicators).
- **Predictive Analytics Tools:** strumenti per potenziare le capacità previsionali dei sistemi di gestione logistica, migliorandone le performance attraverso un processo strutturato di raccolta e analisi dei dati.

La parola all'azienda

La formazione realizzata ha rappresentato un momento strategico per SILATECH, non solo come risposta alla crescente complessità dei mercati internazionali, ma soprattutto come leva di crescita per il nostro capitale umano.

Grazie al coinvolgimento attivo del nostro middle management, siamo riusciti a porre le basi per sviluppare competenze avanzate che ci consentono oggi di governare in modo più consapevole i processi decisionali, dalla pianificazione della domanda alla gestione dei magazzini.

Il valore della formazione in azienda è oggi più che mai evidente: non solo per i risultati ottenuti, ma per il cambiamento culturale che ha generato. Continueremo a investire nello sviluppo delle competenze manageriali e tecnico-specialistiche, promuovendo percorsi di aggiornamento continui che supportino l'evoluzione digitale e sostenibile di SILATECH.

Antonella Franza
Human Resources

Il Piano in sintesi



Dimensione azienda
Grande



Settore
Metalmeccanico



Localizzazione
Gissi (Chieti)



Dirigenti coinvolti
2



Ore di formazione complessive
124

UNIFORM S.p.A.

Prevenire, Monitorare, Correggere: strumenti di Business Intelligence Financials per il sostegno al governo efficiente delle performance in Uniform SpA



Sito web

L'azienda

Tecnologia, design e attenzione all'architettura ecosostenibile rappresentano i cardini su cui Uniform basa la propria attività, coniugando sapientemente il know-how tecnologico con le caratteristiche estetiche e prestazionali richieste dal mercato e dal mondo dell'architettura contemporanei.

L'azienda ha raggiunto una posizione di leadership in Europa nella progettazione di nuove soluzioni per le seguenti linee di prodotto: sistemi per serramenti in legno, legno-alluminio, legno-bronzo, sistemi per facciate legno alluminio & legno bronzo, sistemi per pareti divisorie interne in legno, persiane e scuretti, guarnizioni per serramenti, gocciolatoi e profili in alluminio, profili in legno lamellare, software per la gestione dei serramenti in legno e legno-alluminio.

Dal 2006 l'azienda ha implementato un Sistema di Gestione Integrato (qualità e sicurezza) certificato da DNV, collocandosi tra le prime realtà nazionali in possesso di tali requisiti. Nel processo di verniciatura dell'alluminio ha inoltre ottenuto la certificazione rilasciata in Italia dall'Associazione Qualital.

Sotto il profilo delle innovazioni tecnologiche e grazie alla sua vocazione internazionale, Uniform rappresenta un brand molto conosciuto, costruito nel tempo attorno a linee di prodotto ad elevata qualità e performance. Le potenzialità del mercato internazionale, orientato alla ricerca di soluzioni tecnologicamente innovative per l'architettura e l'arredamento, pongono l'azienda nelle condizioni ideali per ampliare ulteriormente le proprie quote sia sul mercato nazionale sia su quello estero.

Le motivazioni e gli obiettivi del Piano formativo

La presentazione del Piano nasce dall'esigenza di introdurre in Uniform un modello di gestione maggiormente fondato sull'utilizzo strutturato dei dati. Le commesse produttive richiedono infatti strumenti capaci di supportare analisi previsionali, monitorare in modo continuo i cicli di lavorazione e intervenire rapidamente sulle variabili che possono



rallentare i flussi operativi, con effetti diretti sull'equilibrio economico-finanziario.

L'azienda non disponeva di un sistema di reporting finanziario integrato né di procedure automatizzate per la codifica dei dati provenienti dalle diverse funzioni aziendali—produzione, contabilità, magazzino, logistica, acquisti, vendite e commerciale. L'assenza di un linguaggio dati comune impediva una visione complessiva del sistema azienda, limitava il coordinamento tra i centri di costo e rendeva complesso il monitoraggio della marginalità.

Da tali criticità è emersa la necessità di un percorso di upskilling manageriale volto a identificare, monitorare e misurare le relazioni tra mission, obiettivi strategici e risorse materiali e intangibili. Il percorso ha avuto l'obiettivo di trasferire competenze per introdurre logiche analitiche nel controllo di gestione, rafforzando la capacità decisionale dei profili coinvolti.

Il Piano formativo, destinato a due figure dirigenziali — il Direttore Amministrativo e il Direttore Tecnico — si è posto i seguenti obiettivi:

- fornire le competenze per esaminare la dinamica finanziaria dell'impresa, tramite l'utilizzo di integrated report, al fine di valutare la redditività costi/ricavi delle commesse;
- potenziare le competenze tecnico-analitiche per monitorare i vari centri di costo e comprendere l'assorbimento delle risorse;
- illustrare metodologie di valutazione e analisi dell'andamento del business, attraverso bilanci riclassificati e indicatori economico-finanziari, in un'ottica previsionale coerente con il nuovo Codice della crisi d'impresa;
- favorire l'integrazione digitale e la predisposizione di dashboard funzionali a un approccio drill down, per una gestione efficace dei costi basata su modelli di data integration;



- adottare strategie, procedure e prassi per la redazione del Piano di Financials Management Tool e integrare sistemi innovativi di controllo delle performance;
- introdurre metodologie di Business Intelligence per la pianificazione finanziaria a medio-lungo termine e per gestire eventuali criticità esterne con impatto sulla competitività aziendale.

Il percorso formativo

Il percorso formativo ha potenziato le competenze e gli strumenti di Business Intelligence, migliorando il monitoraggio di costi e ricavi, sviluppando una visione più efficace e predittiva della gestione aziendale e rafforzando il controllo sugli indicatori di performance.

La metodologia adottata ha previsto lezioni frontali, simulazioni e project work, con un approccio esperienziale che

ha facilitato l'apprendimento e la corretta interpretazione dei dati.

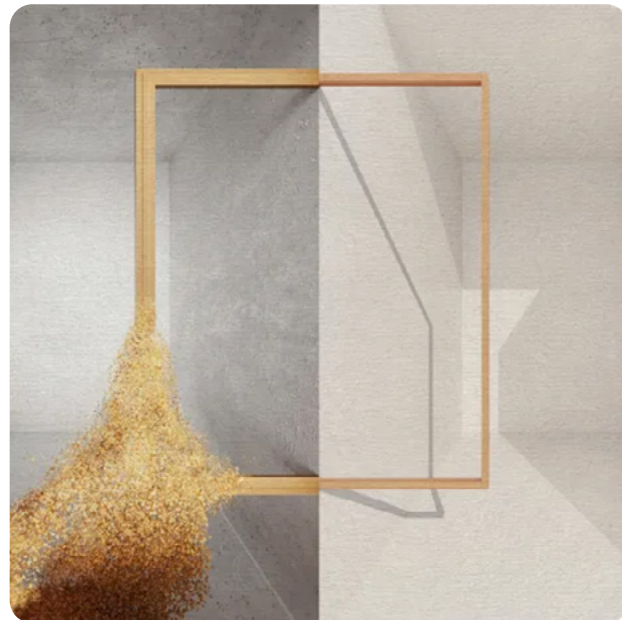
Sono stati realizzati i seguenti due moduli formativi, realizzati in presenza presso la sede dell'azienda:

Modulo 1 - FINANCIAL MANAGEMENT PLAN: ANALIZZARE E MONITORARE I COSTI/RICAVI PER COMPRENDERE CON LA BUSINESS INTELLIGENCE L'ASSORBIMENTO DI RISORSE - Sono state approfondite le tecniche di raccolta e analisi dei dati attraverso sistemi di Integrated Reporting su Power BI, con particolare attenzione alla descrizione e interpretazione dei flussi contabili e finanziari.

È stata inoltre fornita una panoramica sulla capacità di assorbimento delle risorse e sul ruolo del Financial Management Plan come strumento di pianificazione strategica e finanziaria, collegando obiettivi di valore, rating, bilanci previsionali e articolazione trimestrale del budget. Un altro tema centrale ha riguardato le metodologie di rappresentazione dei flussi di cassa pluriennali e la definizione della nuova finanza in relazione ai diversi fabbisogni aziendali, fino alla costruzione di un rendiconto finanziario prospettico coerente con gli scenari di sviluppo.

L'Intervento ha approfondito anche l'analisi delle performance di commessa tramite visual analytics e l'utilizzo delle analisi what-if per creare scenari previsionali, associare conti specifici e applicare metodi predittivi al controllo di gestione. Le simulazioni di analisi predittive hanno permesso di comprendere come costruire un sistema di monitoraggio più tempestivo e orientato alla decisione.

Modulo 2 - LA BUSINESS INTELLIGENCE INTEGRATA AL FINANCIAL MANAGEMENT PLAN PER LA GOVERNANCE DELLA PIANIFICAZIONE FINANZIARIA IN UNIFORM - Sono stati approfonditi gli strumenti di Business Intelligence utili a costruire scenari di investimento, analizzare risultati e individuare opportunità attraverso analisi predittive.



È stata inoltre illustrata l'integrazione dei principali KPI economici e non economici all'interno del Financial Management Plan, così da definire un quadro strutturato delle performance aziendali e renderlo funzionale alla metodologia del "what-if", applicata alle diverse variabili gestionali.

Una parte rilevante dell'Intervento ha riguardato l'utilizzo dell'Integrated Reporting su base BI per monitorare i centri di costo, l'applicazione delle tecniche di drill-down dei dati e la definizione di azioni correttive attraverso strumenti di ripianificazione come il rolling forecast. Sono state approfondite anche l'analisi finanziaria e la gestione dei flussi di cassa tramite Power BI, con particolare attenzione all'ottimizzazione del cash flow e del capitale circolante, oltre alle metodologie di Marginal Costing e Absorption Costing, viste nella loro utilità per il controllo di gestione e per la valutazione delle performance operative.

I risultati

Il Piano ha portato alla realizzazione di output concreti, sviluppati dai partecipanti con il supporto operativo dei docenti/coach e pienamente utilizzabili dall'azienda al termine delle attività:

- **FINANCIALS MANAGEMENT PLAN** – Il documento raccoglie procedure analitiche, simulazioni di business e rappresenta il template direzionale e operativo attraverso cui i dirigenti possono definire strategie, procedure e prassi per la predisposizione dell'Integrated Report, comprendente il Conto Economico e lo Stato Patrimoniale. Integrato con Power BI, questo strumento consente di approfondire i piani di sviluppo, analizzare i risultati ottenuti e anticipare potenziali rischi o criticità di natura finanziaria, tecnologica o produttiva, permettendo di attivare tempestivamente le azioni correttive necessarie.
- **DASHBOARD DINAMICHE E SISTEMA DI REPORTING AUTOMATIZZATO** – Gli strumenti sviluppati sono progettati per migliorare tempestività, precisione e qualità delle decisioni aziendali. Il sistema prevede la definizione di metriche specifiche per ciascuna dashboard (regole di calcolo, nomenclatura e integrazione dei dati), nonché l'utilizzo di DataMarts per importare e strutturare i dati provenienti dai diversi centri di costo.

La parola all'azienda

Il piano formativo ha avuto per noi un valore concreto e immediato. I dirigenti coinvolti hanno acquisito maggiore consapevolezza nella lettura dei dati economico-finanziari e nel controllo di gestione, migliorando il monitoraggio di costi, ricavi e marginalità. L'utilizzo di strumenti di Business Intelligence e di logiche di controllo predittivo ci ha permesso di rendere più strutturati e automatizzati i processi decisionali, aiutandoci ad anticipare criticità e intervenire con tempestività.

La formazione ha rafforzato la nostra visione strategica e ha già prodotto effetti positivi sulla pianificazione finanziaria e sulla capacità dell'azienda di adattarsi con maggiore efficacia alle evoluzioni del mercato.

Dott.ssa Tosato Federica
(HR Manager)

Il Piano in sintesi



Dimensione azienda
Media



Settore
Metalmeccanico



Localizzazione
Minerbe (Verona)



Dirigenti coinvolti
2



Ore di formazione complessive
149

SKF Industrie S.p.A

Innovation strategy e digital transformation per entrare in industry 4.0



Sito web

L'azienda

SKF è un gruppo industriale fondato nel 1907 e presente in circa 130 paesi, con oltre 40.000 dipendenti e 17.000 concessionari in tutto il mondo, con un forte impegno negli investimenti in formazione, conoscenza e ricerca.

Nonostante la sua posizione consolidata nel mercato globale, SKF affronta con determinazione la sfida della transizione digitale, avviando un'attenta analisi del livello di digitalizzazione delle sue realtà produttive.

In Italia, la principale società del Gruppo è SKF Industrie, con 8 stabilimenti produttivi, tra cui quello di Cassino (Frosinone), uno dei più storici e significativi. Fondato nel 1956, è stato il primo insediamento industriale SKF nel sud Italia, contribuendo alla trasformazione economica del territorio da agricolo a industriale.

Lo stabilimento di Cassino, oggi esteso su 60.000 mq, produce cuscinetti radiali rigidi a sfere, cuscinetti a sfere a sezione sottile, cuscinetti a sfere autoallineanti, particolari costampati e componenti per auto incarnando lo slogan aziendale: "less friction more progress". Con una storia di oltre 60 anni, ha saputo mantenere la leadership mondiale nel settore, resistendo alla concorrenza globale grazie a innovazione tecnologica, qualità produttiva e flessibilità operativa.

L'evoluzione delle tecniche produttive, dal taylorismo alle moderne linee "one to one", ha permesso di raggiungere livelli di efficienza e qualità elevatissimi. Oggi, lo stabilimento guarda al futuro con fiducia, puntando sulla digitalizzazione e sull'adattamento continuo alle esigenze del mercato.

Le motivazioni e gli obiettivi del Piano formativo

SKF ha condotto un assessment digitale approfondito che ha evidenziato una realtà eterogenea all'interno del Gruppo, con tre distinti profili manageriali — principiante, trasformatore e leader digitale — corrispondenti a diversi livelli di maturità digitale. Questa varietà ha delineato una situazione a "macchia di leopardo", in cui la prontezza al cambiamento risultava disomogenea.

A complicare il quadro, si è aggiunta una doppia eredità: impianti produttivi dotati di tecnologie consolidate ma bisognosi di aggiornamento, e una generazione manageriale esperta ma meno incline all'adozione del digitale. È emersa così la consapevolezza che la trasformazione non potesse limitarsi all'introduzione di nuove tecnologie, ma dovesse configurarsi come un cambiamento culturale profondo.

In un contesto competitivo sempre più orientato all'ecosistema e alla centralità della persona, SKF ha riconosciuto l'urgenza di definire una strategia distintiva e sostenibile. Il PNRR ha rappresentato un'opportunità concreta per accelerare questo percorso, favorendo l'evoluzione verso modelli di business digitali.

Da questa esigenza è nato il Piano formativo, concepito per diffondere competenze digitali, promuovere una mentalità agile e preparare i manager a guidare l'innovazione. Il progetto è stato avviato nello stabilimento di Cassino, già

più avanzato digitalmente, come esperienza pilota, per poi estendersi ai plant di Villar Perosa e Airasca, dove il livello di maturità digitale richiedeva un Intervento più mirato.

Il Piano si è proposto di sviluppare una visione sistemica della trasformazione digitale all'interno del top management, con particolare attenzione ai Key Manufacturing Process Owner. L'obiettivo è stato quello di accompagnare l'azienda in un percorso di innovazione che ha coinvolto aspetti tecnologici, organizzativi e culturali. La digitalizzazione è stata affrontata in connessione con altre priorità strategiche, come l'innovazione di processo e di prodotto, l'internazionalizzazione e il rafforzamento del dialogo con il mondo dell'istruzione e della ricerca.

Il percorso formativo

Il percorso formativo "INNOVATION STRATEGY E DIGITAL TRANSFORMATION PER ENTRARE IN INDUSTRY 4.0" ha fornito strumenti per analizzare l'organizzazione e i processi aziendali, definire strategie di trasformazione e favorire l'adozione di tecnologie legate a Industria 4.0. Ha approfondito la transizione verso la fabbrica digitale, valutando l'impatto sulle relazioni con fornitori e clienti, e ha analizzato il livello di innovazione aziendale attraverso le dimensioni di risorse, infrastrutture, cultura e processi. Particolare attenzione è stata riservata allo sviluppo delle competenze digitali dei dirigenti, considerate fondamentali per affrontare il cambiamento.



Il programma si è articolato in tre moduli principali. Il primo, **DIGITAL INNOVATION & BUSINESS MODEL**, ha trattato la digitalizzazione come leva strategica, analizzando i trend dell'innovazione, la trasformazione dei modelli di business e il ruolo centrale del cliente. Sono state approfondite le tecnologie di digital fabrication, come l'additive manufacturing e il fast prototyping, insieme al concetto di smart factory.

Il secondo modulo, **TECNOLOGIE ABILITANTI**, ha offerto una panoramica sulle tecnologie emergenti — big data, intelligenza artificiale, machine learning, blockchain e realtà aumentata — evidenziando il ruolo cruciale della cybersecurity nella protezione dei dati aziendali.

Il terzo modulo, **CHANGE MANAGEMENT & ENGAGEMENT**, si è concentrato sulle competenze trasversali necessarie per guidare la trasformazione, sviluppando leadership

digitale, capacità di gestione del cambiamento e promozione di una cultura orientata all'innovazione. Sono stati affrontati anche i temi dell'e-leadership e delle competenze manageriali in contesti digitalizzati.

La metodologia ha privilegiato un approccio pratico e interattivo, basato su workshop, action learning e project work, che ha permesso ai partecipanti di applicare le conoscenze acquisite a casi reali.

I risultati

Il Piano formativo realizzato presso il plant SKF di Cassino ha rappresentato una leva strategica per lo sviluppo delle competenze manageriali e per l'integrazione delle tecnologie legate all'Industry 4.0. Attraverso un percorso strutturato, i manager hanno acquisito capacità nella gestione della trasformazione digitale, con impatti concreti sui processi produttivi e sulla strategia aziendale. L'introduzione sistematica di tecnologie come IoT, cloud computing e automazione ha migliorato l'efficienza operativa, ridotto i tempi di inattività e aumentato la qualità dei prodotti. Il cambiamento più significativo ha riguardato la visione strategica dei manager, ora più orientata ai dati e all'innovazione.

Un elemento centrale del percorso è stato l'utilizzo del Digital Readiness Assessment, che ha permesso di valutare la maturità digitale del sito e di individuare aree di miglioramento, anche grazie all'integrazione tra dati legacy e nuove tecnologie, supportata dal sistema "Digital2win". Il coinvolgimento della funzione HR ha esteso l'impatto del piano anche ai processi trasversali, promuovendo l'uso dei data analytics per ottimizzare l'integrazione tra operations e funzioni di supporto.



A conclusione del percorso, l'azienda ha potuto contare su diversi strumenti operativi:

- modelli di analisi organizzativa e di processo per guidare l'innovazione;
- "Programma Ambassador" per la diffusione interna delle competenze digitali;
- progetti di digital transformation sviluppati dai partecipanti su temi strategici come supply chain, customer experience e automazione.

I rapporti di analisi prodotti rappresentano una base concreta per ulteriori interventi di miglioramento. Il benchmark con altre aziende del settore ha confermato la validità della strategia adottata, pur evidenziando la necessità di intervenire su alcune criticità legate alla presenza di processi ibridi.

Complessivamente, il Piano ha rafforzato la capacità del plant di Cassino di affrontare le sfide dell'innovazione e di competere con successo nell'era digitale.

La parola all'azienda

Il progetto formativo "Innovation Strategy e Digital Transformation per entrare in Industry 4.0" ha rappresentato un'iniziativa fondamentale per lo sviluppo e la competitività della nostra azienda. La crescita delle competenze digitali e l'integrazione degli strumenti di intelligenza artificiale nei processi produttivi rappresentano sempre più un fattore critico che consentirà di migliorare significativamente l'efficienza operativa e la qualità dei nostri prodotti.

Una leadership manageriale orientata al cambiamento e a modelli di business innovativi rappresenta poi un prerequisito necessario per realizzare la trasformazione digitale. I nostri manager, attraverso questo percorso, hanno acquisito una visione strategica più orientata ai dati e all'innovazione, diventando veri e propri agenti di cambiamento all'interno dell'organizzazione.

Inoltre, il coinvolgimento della funzione HR e l'utilizzo del Digital Readiness Assessment hanno esteso l'impatto dell'intervento anche ai processi trasversali, promuovendo l'uso dei data analytics per ottimizzare l'integrazione tra le operations e le funzioni di supporto. Questo approccio sistemico ha rafforzato la nostra capacità di affrontare le sfide dell'innovazione e di competere con successo nell'era digitale.

In sintesi, il progetto formativo ha non solo migliorato le competenze tecniche e manageriali dei nostri dirigenti, ma ha anche promosso una cultura aziendale orientata all'innovazione e alla continua evoluzione, elementi chiave per il nostro successo futuro.

Gianluca Bertinetti

Talent Development Manager SKF Italia

Il Piano in sintesi



Dimensione azienda
Grande



Settore
Metalmeccanico



Localizzazione
Cassino (Frosinone)



Dirigenti coinvolti
5



Ore di formazione complessive
400



fondirigenti

fondirigenti.it