

ANNO 24
NUMERO 65
SETTEMBRE 2019

SpazioTecnico

PERIODICO DI INFORMAZIONE DEL CDU

20.000

copie stampate

1.608

pagine

170

marchi

36.500

codici prodotto





**CONSORZIO
DISTRIBUTORI
UTENSILI**

**“ Dal 1992 insieme per
condividere e crescere ”**

www.cdu.net

info@cdu.net

CDU - CONSORZIO DISTRIBUTORI UTENSILI

CDU, Consorzio Distributori Utensili, riunisce i più qualificati operatori del settore e promuove numerosi servizi per gli Associati. Gli Associati CDU propongono la migliore offerta tecnico/commerciale/logistica oggi disponibile sul mercato italiano. CDU, per mezzo dei propri servizi, garantisce lo sviluppo degli Associati attraverso la soddisfazione e la crescita dei loro Clienti. Tutti gli Associati CDU perseguono una politica commerciale di prim'ordine, assicurando un'ampiezza di gamma in grado di soddisfare tutti i settori industriali, proponendo ai loro Clienti: soluzioni tecniche ed efficienza nei servizi, prodotti di altissima qualità delle migliori marche disponibili sul mercato e prezzi molto competitivi. Scopri come l'Associato CDU della tua zona può rendere più efficiente la tua azienda, aiutandoti a: ridurre i costi totali d'acquisto, aumentare la produttività, ridurre i fermi macchina e, tanto altro ancora.

Contatta subito il tuo Associato di riferimento all'indirizzo:
www.cdu.net.



SOMMARIO

ZOOM

CATALOGO CDU: OTTAVA EDIZIONE E I RECORD CONTINUANO.

Superata la soglia delle 1.600 pagine, la nuova edizione del Catalogo CDU è pronta per essere distribuita gratuitamente ai clienti delle 25 utensilerie consorziate.

PAG. 04

MEETING

FIERE & EVENTI

EMO: tecnologie intelligenti per la produzione di domani.
Made in Steel: un acciaio amico di uomo e ambiente.
SPS ICP DRIVES: l'automazione guarda al futuro
Lamiera: fiera da grandi numeri.

PAG. 10

TREND

INDUSTRY 4.0: SEMPRE PIÙ UMANA, SEMPRE PIÙ IN CRESCITA.

Nel 2018 secondo osservatorio.net 3,2 miliardi di valore e +32%. Cosa si chiede alle imprese per la quarta rivoluzione industriale? Investire sul capitale umano inserendo skill tecniche e manageriali.

PAG. 17

L'INTERVISTA

LA NUOVA SFIDA PER LE IMPRESE: GESTIRE IL POTERE DEI BIG DATA.

Intervista ad Andrea Mignanelli, Amministratore delegato Cerved Group.

PAG. 20

NEWS

LA VETRINA DELLE NOVITÀ

Informazioni in diretta sulle novità e le proposte dai marchi fornitori convenzionati con il Consorzio Distributori Utensili CDU.

PAG. 25

REPORT

CSR: LE AZIENDE VOGLIONO ESSERE SEMPRE PIÙ GREEN.

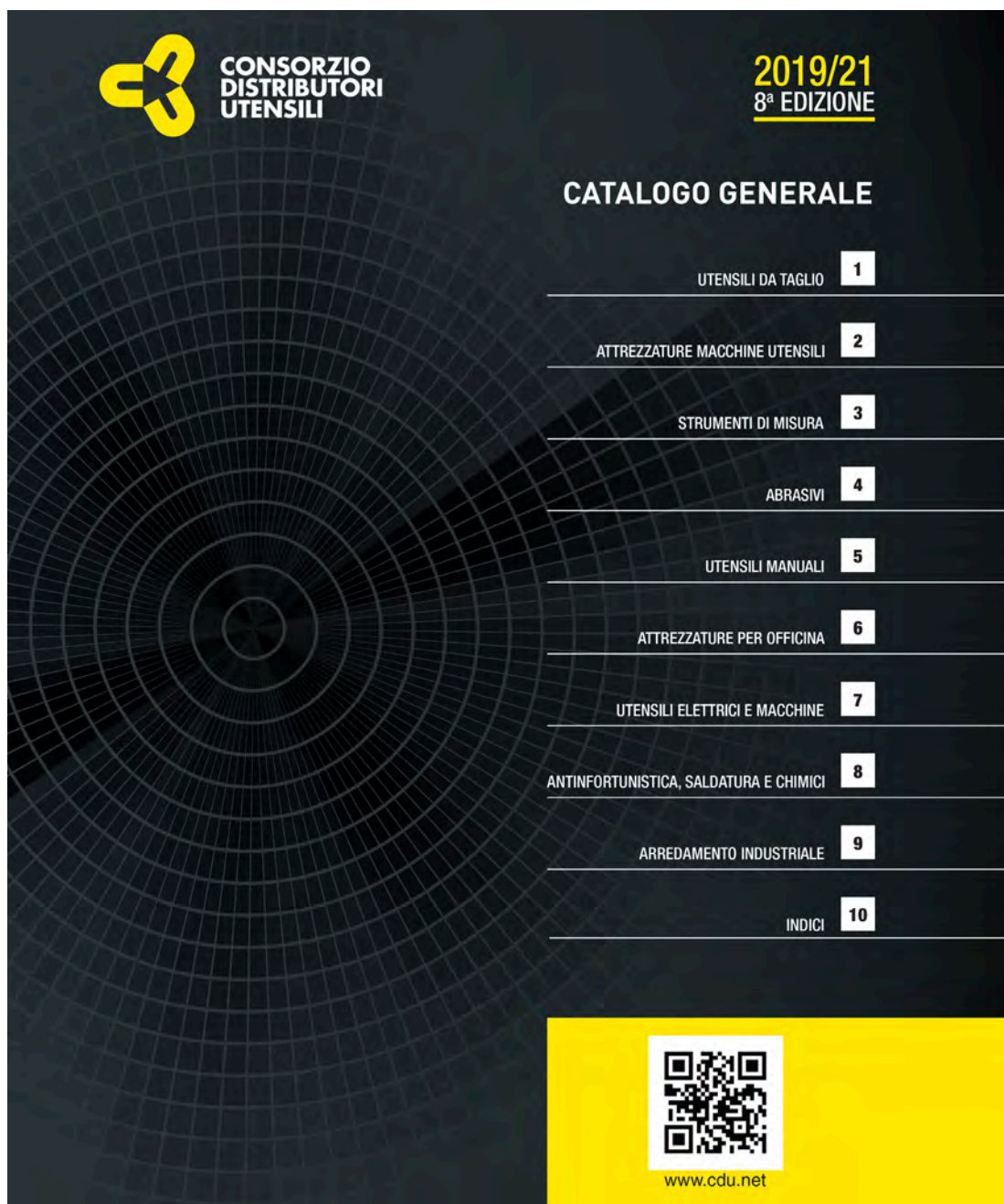
Cercare di preservare il pianeta per il nostro futuro e quello dei nostri figli: ora lo chiedono anche le nostre imprese invocando un impegno concreto da parte del Governo.

PAG. 27

SpazioTecnico

OTTAVA EDIZIONE: E I RECORD CONTINUANO.

Superata la soglia delle 1.600 pagine, la nuova edizione del Catalogo CDU è pronta per essere distribuita gratuitamente ai clienti delle 25 utensilerie consorziate.



IL FRUTTO DI UN INTENSO LAVORO DI SQUADRA.

L'attesa è finita: l'ottava edizione del Catalogo generale del Consorzio Distributori Utensili CDU è ormai una realtà. A diffonderla non resta che attendere fino alla metà di questo mese di settembre, data a partire dalla quale il nuovo Catalogo sarà disponibile sia online - attraverso il sito o il qr code - che cartaceo e potrà così essere richiesto dalle aziende clienti delle utensilerie del Consorzio. "Come sempre ha richiesto un grande impegno da parte sia della nostra struttura che di tutti i Consorziati e dai loro tecnici, che hanno preso parte concretamente alle commissioni di studio e approfondimento, mettendo a disposizione di tutti il loro specifico know-how", spiega Aldo Ferro, direttore del Consorzio CDU.

IL CATALOGO È INFATTI FRUTTO DEL LAVORO DI GRUPPO DI UN TEAM ESTREMAMENTE COMPETENTE E ARTICOLATO, A CUI PARTECIPANO TECNICI ED ESPERTI DELLE UTENSILERIE CONSORZIATE.

"La ricchezza di un Consorzio è anche e soprattutto questa. - continua Ferro - Avere a disposizione delle professionalità con differenti specializzazioni e poterle coinvolgere in un lavoro che è di confronto e di ricerca, con l'obiettivo di accrescere sempre il livello qualitativo della nostra offerta e la sua concorrenzialità, al servizio delle aziende clienti dei nostri Consorziati".

DALLA DISTRIBUZIONE INDUSTRIALE LA RICHIESTA DI RISPOSTE ALL'AVANGUARDIA SU MOLTEPLICI FRONTI.

I risultati di questo lavoro sono ben evidenti, sfogliando questo volume sempre più ricco e corposo, che in questa

ottava edizione supera un nuovo record: quello del numero di pagine, ben 1.608, pari al 6,5% in più dell'edizione di tre anni or sono.

"L'AUMENTO DEL NUMERO DI PAGINE È PROPORZIONALE, DA UN LATO, ALL'AUMENTO DEI MARCHI E DELLE REFERENZE DI OGNI MARCHIO, DALL'ALTRO ALL'ACCRESCERSI DELLE TIPOLOGIE DI PRODOTTO CHE VENGONO RICHIESTE OGGI DALLE AZIENDE MANIFATTURIERE" SPIEGA ANCORA FERRO.

"Il mondo della distribuzione industriale continua a vivere una incessante trasformazione, sotto la spinta dell'evoluzione che il mondo della produzione sta vivendo. - continua il direttore del Consorzio CDU - In questi anni abbiamo visto emergere, in particolare, fenomeni differenti. Penso all'automatizzazione e alla robotica, per effetto dell'Industry 4.0; ma anche all'attenzione sempre più marcata verso le tematiche legate all'ambiente. La ricerca, poi, della qualità totale e del difetto zero, che ha caratterizzato in un primo momento in particolare il settore dell'automotive, è andata successivamente estendendosi anche ad altri settori, contagiandoli in modo virtuoso: qualità, precisione e accuratezza oggi rivestono nell'ambito industriale un'importanza centrale, così come d'altra parte l'aumento della produttività, la riduzione dei tempi di fermo macchina, la manutenzione predittiva degli impianti. E le nostre utensilerie devono essere in grado di offrire risposte all'avanguardia, capaci di intercettare esigenze apparentemente così distanti tra loro ma, in realtà, ugualmente ritenute prioritarie dalle imprese".

Senza dimenticarsi, poi, del tema della sicurezza dell'ambiente di lavoro, ormai divenuto un vero e proprio "must" per chi vuol fare oggi impresa e garantirsi manodopera di elevata professionalità.



1

UTENSILI DA TAGLIO

Per aggiornamenti
sulle ultime novità

PAGINA

1

--

CRESCONO I FORNITORI CONVENZIONATI E SI SVILUPPANO I MARCHI PRIVATI.

Proprio per accompagnare le aziende in questo sempre più difficile cammino, il Consorzio CDU - attraverso le proprie utensilerie consorziate, che coprono l'intero territorio nazionale - investe sul Catalogo generale per farne una vera e propria "bibbia" della distribuzione industriale, in cui poter trovare la risposta alle specifiche richieste provenienti dal mondo della produzione. Un investimento che, se da un lato si traduce nel consolidamento o nella firma di convenzioni di fornitura con i più importanti marchi che operano nei diversi segmenti di mercato,

dall'altro porta il Consorzio CDU a sviluppare costantemente l'offerta dei propri marchi privati (TKN, TKNChem, TKN Mag Line, Evergreend e Xforma) e di quelli che fanno riferimento alla grande piattaforma tedesca E/D/E (Format, Fortis ed E-Coll) con cui esiste da tempo un forte e positivo network collaborativo.

QUESTO LAVORO HA COSÌ PORTATO IL CONSORZIO AD ACCRESCERE DI 7 MILA UNITÀ L'OFFERTA DI NUOVI ARTICOLI DEL PROPRIO CATALOGO RISPETTO ALL'EDIZIONE DI DUE ANNI OR SONO, DETERMINANDO ANCHE L'INSERIMENTO DI 36 NUOVI MARCHI TRA I FORNITORI CONVENZIONATI.

L'ORGANIZZAZIONE DEL CATALOGO CDU.

Da un punto di vista strutturale, il Catalogo CDU continua a presentarsi suddiviso in dieci sezioni, con una articolazione di ambiti che rispecchia quello precedente: utensili da taglio, attrezzature macchine utensili, strumenti di misura, abrasivi, utensili manuali, attrezzature per officina, utensili elettrici e macchine, antinfortunistica saldatura chimici, arredamento industriale. La decima sezione è dedicata agli indici, utilissimi per le ricerche.

Punto di forza, ancora una volta, è la sezione dedicata agli utensili da taglio, ma tutte sono state implementate in modo

significativo.

La grande novità a livello grafico è rappresentata dalla decisione di riportare, per ogni articolo, il codice completo: una scelta determinata dalla volontà di semplificare il lavoro sia dei clienti che effettuano gli ordini alle utensilerie, sia delle utensilerie stesse, azzerando così di fatto il pericolo di errori e imprecisioni, a tutto vantaggio del servizio.

Ormai consolidato, invece, è il "rombo", elemento grafico introdotto nell'edizione precedente del Catalogo, che sta ad identificare gli articoli che sono disponibili a stock presso il magazzino del Consorzio CDU e possono quindi essere consegnati nell'arco delle 24 ore successive all'ordine.



Punta codolo cilindrico in metallo duro ad alte prestazioni rivestita Focus 12xD con fori di refrigerazione

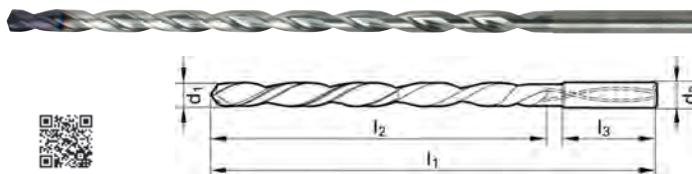
Punta codolo cilindrico in **metallo duro integrale**, affilatura su **4 piani**, **rettificata**, rivestita FOCUS, angolo affilatura 140°, codolo a norma DIN 6535 forma HA, **con fori di refrigerazione**.

Per eseguire forature 12xD, su materiali a truciolo corto e lungo.

Per lavorazioni di acciai legati e non, ghise, leghe di alluminio e acciai inox.

Per questo tipo di punta ad alte prestazioni per fori oltre 5 volte il diametro si consiglia di: eseguire un foro di centraggio con punta avente un angolo di spoglia maggiore con profondità **1 volta**

il diametro per acciai, 2 volte il diametro per ghise e materiali non ferrosi. Lunghezza del rivestimento Focus 20 mm circa.



Codice	Acciaio <850 N/mm²	Acciaio >850 <1000 N/mm²	Acciaio >1000 <1400 N/mm²	Acciaio <42 HRC	Acciaio INOX	Leghe di Titanio	Ghisa	Alluminio e leghe	Rame Ottone Bronzo
A40065	●	●	●	○	●	○	●	●	●
Vc (m/min)	80	90	60		40		120	150	120
VR	5	7	4		4		8	7	6
Refrigerazione	E	E	0		0		E A	A	E

Per parametri dettagliati vedi pagina 57



Codice	€	Ø m7 (mm)	Ø codolo h6 (mm)	Lunghezza totale (mm)	Lunghezza taglienti (mm)	Lunghezza codolo (mm)
A400650300	103,75 ◆	3	6	90	50	36
A400650350	103,75 ◆	3,5	6	90	50	36
A400650400	103,75 ◆	4	6	102	64	36
A400650420	103,75 ◆	4,2	6	102	64	36
A400650450	103,75 ◆	4,5	6	102	64	36
A400650500	103,75 ◆	5	6	116	78	36
A400650556	103,75 ◆	5,56	6	116	78	36
A400650600	103,75 ◆	6	6	116	78	36
A400650650	121,60 ◆	6,5	8	146	108	36
A400650680	121,60 ◆	6,8	8	146	108	36
A400650700	121,60 ◆	7	8	146	108	36
A400650750	121,60 ◆	7,5	8	146	108	36
A400650800	121,60 ◆	8	8	146	108	36
A400650850	154,00 ◆	8,5	10	162	120	40
A400650900	154,00 ◆	9	10	162	120	40
A400650950	154,00 ◆	9,5	10	162	120	40
A400651000	154,00 ◆	10	10	162	120	40

Codice	€	Ø m7 (mm)	Ø codolo h6 (mm)	Lunghezza totale (mm)	Lunghezza taglienti (mm)	Lunghezza codolo (mm)
A400651020	201,70 ◆	10,2	12	204	156	45
A400651050	201,70 ◆	10,5	12	204	156	45
A400651100	201,70 ◆	11	12	204	156	45
A400651150	201,70 ◆	11,5	12	204	156	45
A400651200	201,70 ◆	12	12	204	156	45
A400651250	251,25 ◆	12,5	14	230	182	45
A400651300	251,25 ◆	13	14	230	182	45
A400651350	251,25 ◆	13,5	14	230	182	45
A400651400	251,25 ◆	14	14	230	182	45
A400651450	356,15 ◆	14,5	16	260	208	48
A400651500	356,15 ◆	15	16	260	208	48
A400651600	356,15 ◆	16	16	260	208	48
A400651650	396,85 ◆	16,5	18	285	234	48
A400651700	396,85 ◆	17	18	285	234	48
A400651800	396,85 ◆	18	18	285	234	48
A400651900	565,80 ◆	19	20	310	258	50
A400652000	565,80 ◆	20	20	310	258	50

● Raccomandato ○ Adatto ○ Possibile | E = emulsione 0 = olio A = aria ◆ Spedizione da magazzino CDU ◇ Spedizione da magazzino esterno

ZOOM

CATALOGO CDU

format **format ZGT** **TiN**

Maschio a macchina in acciaio HSS-E passo grosso DIN 371-376

Maschio a macchina in acciaio HSS-E, passo grosso, anello verde, per fori passanti. DIN 371 M2-M10 DIN 371 con gambo rinforzato, DIN 376 M12-M30 con gambo passante, forma B imbocco corretto 4-5 filetti, superficie rivestita a vapore per limitare le saldature a freddo.

Per lavorazioni di acciai legati e non.

Codice	€	M	Passo (mm)	e codolo (mm)	Quadro di trascinamento (mm)	Preforo (mm)	Lunghezza totale (mm)
A056830020	...	M2	0,4	2,8	2,1	1,6	45
A056830030	...	M3	0,5	3,5	2,7	2,5	56
A056830040	...	M4	0,7	4,5	3,4	3,3	63
A056830050	...	M5	0,8	6	4,9	4,2	70
A056830060	...	M6	1	6	4,9	5	80
A056830080	...	M8	1,25	8	6,2	6,8	90
A056830100	...	M10	1,5	10	8	8,5	100
A056830120	...	M12	1,75	9	7	10,2	110
A056830140	...	M14	2	11	9	12	110
A056830160	...	M16	2	12	9	14	110
A056830180	...	M18	2,5	14	11	15,5	125
A056830200	...	M20	2,5	16	12	17,5	140
A056830220	...	M22	2,5	18	14,5	19,5	140
A056830240	...	M24	3	18	14,5	21	160
A056830270	...	M27	3	20	16	24	160
A056830300	...	M30	3,5	22	18	26,5	180

Maschio a macchina in acciaio HSS-E passo grosso DIN 371-376

Maschio a macchina in acciaio HSS-E vaporizzato, passo grosso, anello verde, per fori passanti. M2-M10 DIN 371 con gambo rinforzato, M12-M24 DIN 376 con gambo passante, scanalature dritte, forma B imbocco corretto 4-5 filetti.

Per filettatura metrica standard secondo DIN 13.

Per lavorazioni di acciai legati e non, acciai inox, ghise, leghe di alluminio e materiali non ferrosi.

Codice	€	M	Passo (mm)	e codolo (mm)	Quadro di trascinamento (mm)	Preforo (mm)	Lunghezza totale (mm)
A05624	...	M2	0,4	2,8	2,1	1,6	45
A05624	...	M3	0,5	3,5	2,7	2,5	56
A05624	...	M4	0,7	4,5	3,4	3,3	63
A05624	...	M5	0,8	6	4,9	4,2	70
A05624	...	M6	1	6	4,9	5	80
A05624	...	M8	1,25	8	6,2	6,8	90
A05624	...	M10	1,5	10	8	8,5	100
A05624	...	M12	1,75	9	7	10,2	110
A05624	...	M14	2	11	9	12	110
A05624	...	M16	2	12	9	14	110
A05624	...	M18	2,5	14	11	15,5	125
A05624	...	M20	2,5	16	12	17,5	140
A05624	...	M22	2,5	18	14,5	19,5	140
A05624	...	M24	3	18	14,5	21	160

Codice	€	M	Passo (mm)	e codolo (mm)	Quadro di trascinamento (mm)	Preforo (mm)	Lunghezza totale (mm)
A05624	...	M2	0,4	2,8	2,1	1,6	45
A05624	...	M3	0,5	3,5	2,7	2,5	56
A05624	...	M4	0,7	4,5	3,4	3,3	63
A05624	...	M5	0,8	6	4,9	4,2	70
A05624	...	M6	1	6	4,9	5	80
A05624	...	M8	1,25	8	6,2	6,8	90
A05624	...	M10	1,5	10	8	8,5	100
A05624	...	M12	1,75	9	7	10,2	110
A05624	...	M14	2	11	9	12	110
A05624	...	M16	2	12	9	14	110
A05624	...	M18	2,5	14	11	15,5	125
A05624	...	M20	2,5	16	12	17,5	140
A05624	...	M22	2,5	18	14,5	19,5	140
A05624	...	M24	3	18	14,5	21	160

Codice	€	M	Passo (mm)	e codolo (mm)	Quadro di trascinamento (mm)	Preforo (mm)	Lunghezza totale (mm)
A05624	...	M2	0,4	2,8	2,1	1,6	45
A05624	...	M3	0,5	3,5	2,7	2,5	56
A05624	...	M4	0,7	4,5	3,4	3,3	63
A05624	...	M5	0,8	6	4,9	4,2	70
A05624	...	M6	1	6	4,9	5	80
A05624	...	M8	1,25	8	6,2	6,8	90
A05624	...	M10	1,5	10	8	8,5	100
A05624	...	M12	1,75	9	7	10,2	110
A05624	...	M14	2	11	9	12	110
A05624	...	M16	2	12	9	14	110
A05624	...	M18	2,5	14	11	15,5	125
A05624	...	M20	2,5	16	12	17,5	140
A05624	...	M22	2,5	18	14,5	19,5	140
A05624	...	M24	3	18	14,5	21	160

● Raccomandato ● Adatto ○ Possibile | E = emissione 0 = nilo A = aria ● Spedite da magazzino CDU ○ Spedite da magazzino esterno

96

UTENSILI DA TAGLIO

Maschi a macchina

Maschio a macchina in acciaio HSS-E PM rivestito PVD SUPRA passo grosso DIN 371-376

Maschio a macchina in acciaio HSS-E PM rivestito PVD SUPRA, passo grosso, per fori passanti. M2-M10 DIN 371 con gambo rinforzato, M12-M24 DIN 376 con gambo passante, forma B imbocco corretto 4-5 filetti, geometria per uso universale specializzata per una vasta gamma di applicazioni ad alte prestazioni. La geometria e il nuovo rivestimento PVD SUPRA sono stati appositamente progettati per gestire una vasta gamma di materiali con un'elevata tenacità, minore usura dei taglienti, maggiore resistenza all'usura e durata dell'utensile e una migliore superficie della filettatura. Per filettatura metrica standard secondo DIN 13.

Per lavorazioni di acciai legati e non, acciai inox, ghise, leghe di alluminio e materiali non ferrosi.

Codice	€	M	Passo (mm)	e codolo (mm)	Quadro di trascinamento (mm)	Preforo (mm)	Lunghezza totale (mm)
A056290020	...	M2	0,4	2,8	2,1	1,6	45
A056290030	...	M3	0,5	3,5	2,7	2,5	56
A056290040	...	M4	0,7	4,5	3,4	3,3	63
A056290050	...	M5	0,8	6	4,9	4,2	70
A056290060	...	M6	1	6	4,9	5	80
A056290080	...	M8	1,25	8	6,2	6,8	90
A056290100	...	M10	1,5	10	8	8,5	100
A056290120	...	M12	1,75	9	7	10,2	110
A056290140	...	M14	2	11	9	12	110
A056290160	...	M16	2	12	9	14	110
A056290180	...	M18	2,5	14	11	15,5	125
A056290200	...	M20	2,5	16	12	17,5	140
A056290220	...	M22	2,5	18	14,5	19,5	140
A056290240	...	M24	3	18	14,5	21	160

Maschio a macchina in acciaio HSS-E rivestito TiN passo grosso DIN 371-376

Maschio a macchina in acciaio HSS-E rivestito TiN, combinazione di rivestimenti TiAlN con la stabilità chimica del nitruro di zirconio, passo grosso, anello blu, per fori passanti. DIN 371-376, forma B imbocco corretto 4-5 filetti, scanalature dritte.

Per lavorazioni di acciai legati e non e acciai inox.

Codice	€	M	Passo (mm)	e codolo (mm)	Quadro di trascinamento (mm)	Preforo (mm)	Lunghezza taglianti (mm)	Lunghezza totale (mm)
A050770020	...	M2	0,4	2,8	2,1	1,6	5	45
A050770025	...	M2,5	0,45	2,8	2,1	2,05	9	50
A050770030	...	M3	0,5	3,5	2,7	2,5	10	56
A050770040	...	M4	0,7	4,5	3,4	3,3	12	63
A050770050	...	M5	0,8	6	4,9	4,2	14	70
A050770060	...	M6	1	6	4,9	5	15	80
A050770080	...	M8	1,25	8	6,2	6,8	18	90
A050770100	...	M10	1,5	10	8	8,5	20	100
A050770120	...	M12	1,75	9	7	10,2	24	110
A050770140	...	M14	2	11	9	12	26	110
A050770160	...	M16	2	12	9	14	28	110
A050770180	...	M18	2,5	14	11	15,5	30	125
A050770200	...	M20	2,5	16	12	17,5	32	140
A050770240	...	M24	3	18	14,5	21	36	160
A050770300	...	M30	3,5	22	18	26,5	40	180

● Raccomandato ● Adatto ○ Possibile | E = emissione 0 = nilo A = aria ● Spedite da magazzino CDU ○ Spedite da magazzino esterno

97

LA GESTIONE A STOCK: UNA GRANDE OPPORTUNITÀ OFFERTA DAL CONSORZIO.

Proprio l'aspetto della gestione a stock di un numero sempre crescente di articoli, costituisce per altro il grande punto di forza dell'offerta del Catalogo CDU.

In un contesto di mercato nel quale la tempestività e la flessibilità sono caratteristiche vincenti per un'azienda nei confronti della concorrenza, poter contare su un servizio che consente all'utensileria di rifornirsi nell'arco di sole 24 ore di articoli esauriti e, a sua volta, all'utilizzatore finale di veder così soddisfatta la propria richiesta è un valore aggiunto che ben poche altre realtà sono in grado

oggi di offrire.

"Per questo motivo - continua Aldo Ferro - il Consorzio, attraverso la propria centrale di acquisto, ha in questi anni costantemente potenziato il suo magazzino, che oggi è in grado di gestire gli articoli di un numero crescente di fornitori a marchio originale (ben 32), oltre a quelli a marchio proprio".

COMPLESSIVAMENTE SONO BEN 9.600 GLI ARTICOLI GESTITI NEL MAGAZZINO CDU, CONSEGNAIBILI IN 24 ORE (PER TUTTE LE LOCALITÀ SERVITE IN 24 DAI CORRIERI ESPRESSI), CUI SI AGGIUNGONO OLTRE 12.300 ARTICOLI GESTITI NEL MAGAZZINO E/D/E IN GERMANIA, CONSEGNAIBILI ALLE STESSA CONDIZIONI.



TECNOLOGIE INTELLIGENTI PER LA PRODUZIONE DI DOMANI.

Dal 16 al 21 settembre ad Hannover è di scena EMO 2019. Dopo il successo di Milano, si attendono nuovi record di visitatori ed espositori. L'Industry 4.0 al centro della scena.



ALLA DIGITALIZZAZIONE IL RUOLO DI PROTAGONISTA.

Macchine utensili, sistemi di produzione, utensili di precisione, flusso automatizzato dei materiali, tecnologia computerizzata, elettronica industriale: tutto questo (e molto altro ancora) è EMO, il più importante appuntamento internazionale per il settore della lavorazione dei metalli, in svolgimento ad Hannover dal 16 al 21 settembre. Nel 2017 hanno partecipato alla manifestazione oltre 2.000 espositori di più di 40 Paesi, e i visitatori sono stati 130mila.

CHE COSA CI RISERVA EMO QUEST'ANNO? L'ATTENZIONE È SEMPRE PIÙ FOCALIZZATA SULLA DIGITALIZZAZIONE. TANTO CHE IL LEIT MOTIV DELLA FIERA È SINTETIZZATO NELLA FRASE: "LE TECNOLOGIE INTELLIGENTI GUIDANO LA PRODUZIONE DI DOMANI".

Proprio a questo è infatti dedicata l'area espositiva IoT, che offre una panoramica a 360 gradi di tutti gli aspetti della digitalizzazione: sicurezza industriale, analisi dei dati, monitoraggio dei processi, intelligenza artificiale, big data management, machine learning.

FOCUS SU INDUSTRY 4.0.

PratICA e teoria camminano insieme ad EMO 2019. Nell'area Industry 4.0 sono in programma forum di esperti, presentazioni scientifiche e dibattiti per approfondire le proprie conoscenze, trovare nuovi spunti, scoprire quali saranno gli sviluppi prossimi venturi del settore. Tra l'altro proprio Industry 4.0 risulta essere l'argomento di maggiore interesse per gli operatori in visita alla fiera.

TRA GLI ASPETTI PIÙ INTERESSANTI DI INDUSTRY 4.0 C'È SENZA DUBBIO LO SVILUPPO DELLE COSIDDETTE "ECONOMIE DI PIATTAFORMA". ED EMO 2019 È LA VETRINA PERFETTA PER METTERLE IN MOSTRA.



QUEST'ANNO SONO ATTESI AD HANNOVER OLTRE 2.200 ESPOSITORI, DEI QUALI 1.417 DALL'ESTERO. COSÌ COME DALL'ESTERO ARRIVERÀ CIRCA LA METÀ DEI PREVISTI 130MILA VISITATORI DI EMO 2019.

IL "PLACE TO BE" PER LE STARTUP.

Non solo. Per sua stessa natura, EMO rappresenta la vetrina ideale anche per le startup, che qui possono trovare nuova linfa per il loro sviluppo.

Quest'anno è loro dedicata Young Tech Enterprises @ EMO, un'area espositiva di 500 metri quadrati che ospita presentazioni e dibattiti. Le startup possono così allargare la propria presenza sul mercato grazie alla creazione di contatti a livello internazionale non solo con business partner, ma anche con esponenti del mondo politico, associazioni, investitori. La partecipazione a Young Tech Enterprises @ EMO non è limitata alle startup indipendenti, ma è aperta anche a spin-off. Inoltre in quest'area sono attesi a presentare nuovi progetti esponenti del mondo accademico, esperti di crowdfunding, acceleratori e incubatori. Insomma si tratterà di un vero crogiolo di opportunità e di idee, creato con l'obiettivo di mettere insieme lo spirito innovativo delle startup più giovani e dinamiche con l'esperienza delle imprese consolidate.

UNA FIERA REALMENTE INTERNAZIONALE.

EMO è senza dubbio il più importante evento globale per il settore della lavorazione dei metalli, tanto che circa la metà dei visitatori arriva dall'estero. L'edizione 2019 avrà un respiro ancora più internazionale, grazie al capillare lavo-



ro di comunicazione condotto in tutto il mondo. Sono ben 39 le conferenze stampa di presentazione dell'evento, tenute in 34 Paesi.

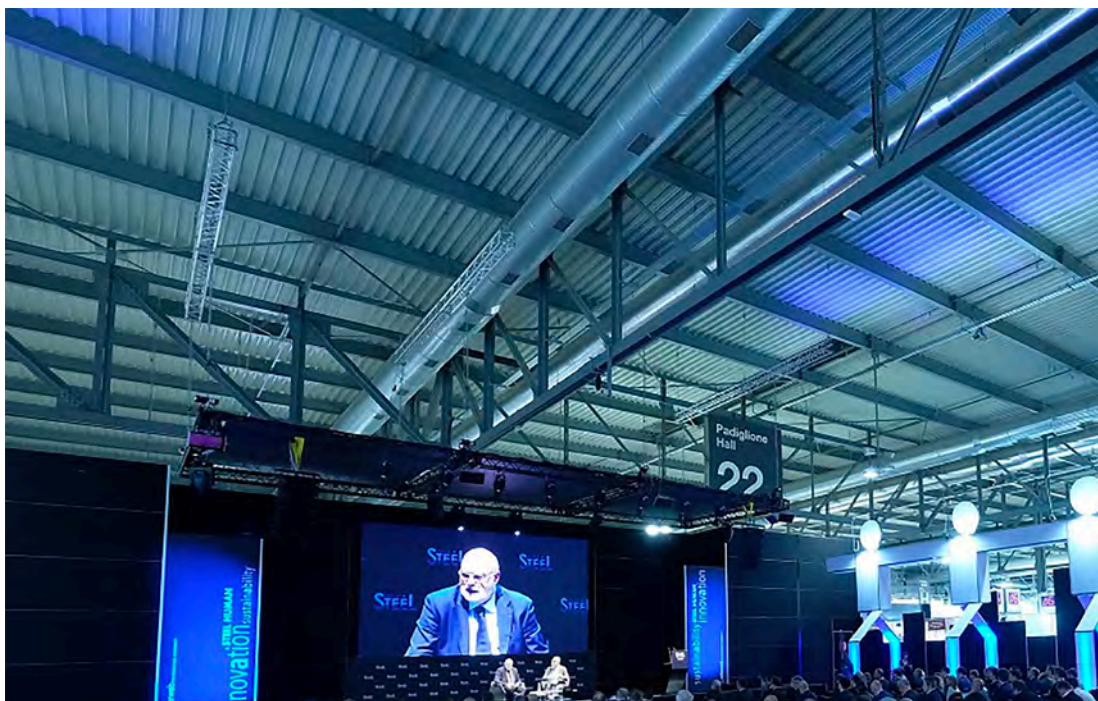
Quest'anno sono attesi ad Hannover oltre 2.200 espositori, dei quali 1.417 dall'estero. Così come dall'estero arriverà circa la metà dei previsti 130mila visitatori di EMO 2019.





UN ACCIAIO AMICO DI UOMO E AMBIENTE.

È un momento di cambiamento per l'industria siderurgica. Morandi: "Per vincere questa sfida occorre essere uniti, mettere l'uomo al centro e investire in R&D per una produzione sostenibile".



INSIEME PER VINCERE LE SFIDE.

Tante le sfide da affrontare, ma con un solo obiettivo: farlo insieme. Tutta la filiera dell'acciaio per superare ogni ostacolo e ottenere il miglior risultato possibile deve rimanere unita. È stato questo il messaggio principale uscito dall'ottava edizione di MADE IN STEEL, la principale Conference & Exhibition del Sud Europa dedicata alla filiera siderurgica, che si è tenuta dal 14 al 16 maggio alla Fiera Milano Rho. Il titolo scelto per l'edizione 2019 è stato: "Steel Human – Sustainability and innovation".

"Conoscenza, contaminazione e coopera-

zione ci hanno accompagnato da quando Siderweb, la community dell'acciaio è nata. Vanno trovati punti di accordo nella filiera, non gli elementi che ci dividono – ha dichiarato Emanuele Morandi, presidente e amministratore delegato di MADE IN STEEL -. Si stanno trasformando i modelli di business e tutto è in cambiamento, ma l'uomo deve sempre restare al centro del mercato e dell'evento biennale dell'acciaio".

L'UOMO AL CENTRO.

L'uomo è stato il fulcro dell'esibizione con un forte invito da parte degli organizzatori a restare umani anche nel corso di questa rivoluzione tecnologica della



UNO DEI COMPITI DI MADE IN STEEL, IN QUESTO MOMENTO STORICO, È ANCHE DI PARLARE ALLA FILIERA DELL'ACCIAIO PERCHÉ IL MERCATO DIVENTI LUOGO DI RELAZIONE, INCONTRO, SCAMBIO DI INFORMAZIONI.

siderurgia mondiale che passa per una sempre maggiore attenzione alla riduzione dell'impatto ambientale e per una spinta all'innovazione di prodotti, processi e servizi. «L'acciaio sta attraversando un delicato momento di cambiamento, con alcuni settori utilizzatori chiave, come costruzioni e automotive, che sono in difficoltà, e con la chiusura globale dei mercati.

Uno dei compiti di MADE IN STEEL, in questo momento storico, è anche di parlare alla filiera dell'acciaio perché il mercato diventi luogo di relazione, incontro, scambio di informazioni. Ciò a patto di avere imprenditori siderurgici che non guardino alla piazza commerciale come a un campo di battaglia, ma che lavorino in collaborazione e condivisione, in nome della costruzione degli acciai del futuro, innovativi e sostenibili» prosegue Morandi.

RICERCA E INNOVAZIONE LE PRIORITÀ.

Da questa conferenza e esibizione di Milano, per perseguire le tematiche che mettono al centro dell'industria siderurgica l'uomo e la sostenibilità, è scaturita la necessità di politiche aziendali che favoriscano la ricerca e l'innovazione.

SECONDO LE STIME DELL'UFFICIO STUDI DI SIDERWEB LA SPESA IN RICERCA E SVILUPPO NELL'INDUSTRIA DELL'ACCIAIO È CIRCA LO 0,7% DEL FATTURATO. UNA QUOTA PIÙ BASSA

RISPETTO A QUELLA DI ALTRI SETTORI MANIFATTURIERI (ELETTRONICA 8,9%; AUTOMOTIVE 3,2%; MACCHINE E APPARECCHI MECCANICI 2,8%).

C'è margine di crescita, però, considerando che il 99% degli investimenti della filiera siderurgica nel 2017 è stato destinato alle immobilizzazioni materiali.

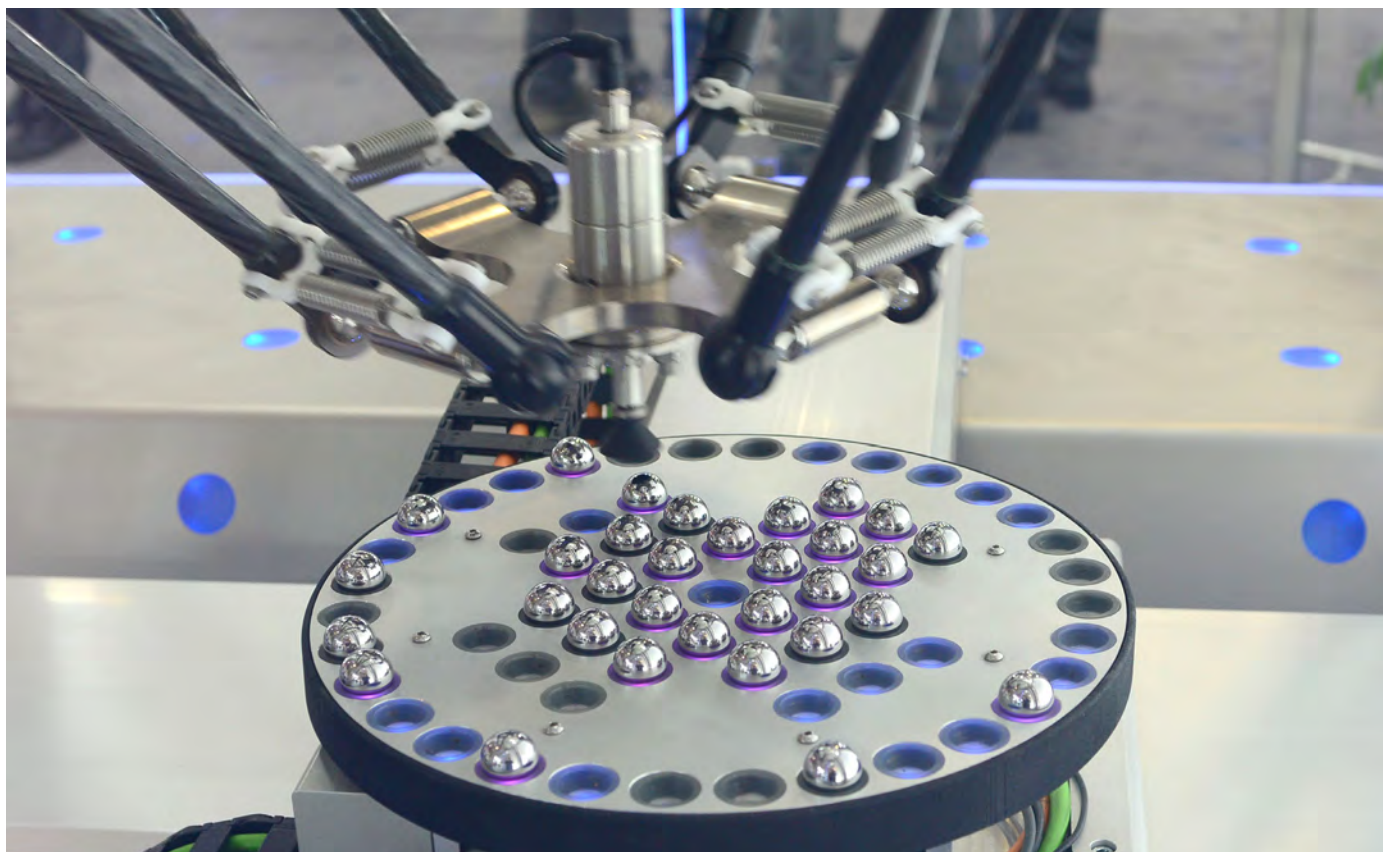
Proprio grazie all'innovazione, l'acciaio sta lavorando alla riduzione dei consumi, delle emissioni e dei rumori, all'uso di input differenti, ovvero alla sostenibilità.

Negli ultimi cinquant'anni importanti investimenti in tecnologia e ricerca a livello globale sono stati destinati alla fabbricazione di acciai ultra resistenti e ultra leggeri, riducendo il peso di alcune tipologie di prodotti fino al 40%, secondo i dati della World Steel Association. La siderurgia ha anche drasticamente ridotto il proprio consumo di energia: per produrre una tonnellata di acciaio oggi è necessario il 60% di GJ in meno rispetto al 1960.



L'AUTOMAZIONE GUARDA AL FUTURO.

Successo di pubblico e espositori alla fiera di Parma che ha presentato tutte le novità della digital transformation per l'industria. Ci aspetta l'intelligenza artificiale e il controllo da remoto.



A PARMA LE PIÙ IMPORTANTI IMPRESE DEL SETTORE.

Tutte le novità del settore automazione si sono presentate a Parma il maggio scorso in occasione di SPS Italia, la manifestazione che dal 28 al 30 maggio ha richiamato le imprese più importanti del settore.

È stata una tre giorni particolarmente intensa e densa di appuntamenti, conferenze, confronti per capire dove sta an-

dando il settore e quali sono le novità più importanti. Automazione, digitale, robotica, mecatronica e formazione sono stati gli argomenti centrali su cui si è dibattuto nei sei padiglioni espositivi a SPS Italia 2019 con ben 850 espositori presenti.

I 41.500 visitatori dell'esposizione sono stati sorpresi da molte novità che possono far fare il salto di qualità alla propria azienda, come ad esempio robot collaborativi e cooperativi, macchine connesse e potenzialità incredibili delle tecnologie



TRA I PADIGLIONI PIÙ VISITATI C'È STATO QUELLO DEDICATO ALLA MECCATRONICA IN CUI SONO STATE PRESENTATE LE SOLUZIONI DI ROBOTICA IN CUI COLLABORANO MACCHINE, UOMINI E PROCESSI ATTRAVERSO ESPERIENZE DI ANALISI DATI, INTELLIGENZA ARTIFICIALE E SISTEMI DI VISIONE

digitali che miglioreranno le prestazioni e l'efficienza nel lavoro di tutti i giorni.

IL SETTORE DELL'AUTOMAZIONE INDUSTRIALE NON SI FERMA MAI, È IN PERENNE EVOLUZIONE E MIGLIORAMENTO. L'OBIETTIVO FINALE È DI RENDERE LA CATENA DI MONTAGGIO COMPLETAMENTE AUTOMATIZZATA, CON LA POSSIBILITÀ DI CONTROLLARE IN REMOTO TUTTO IL PROCESSO PRODUTTIVO.

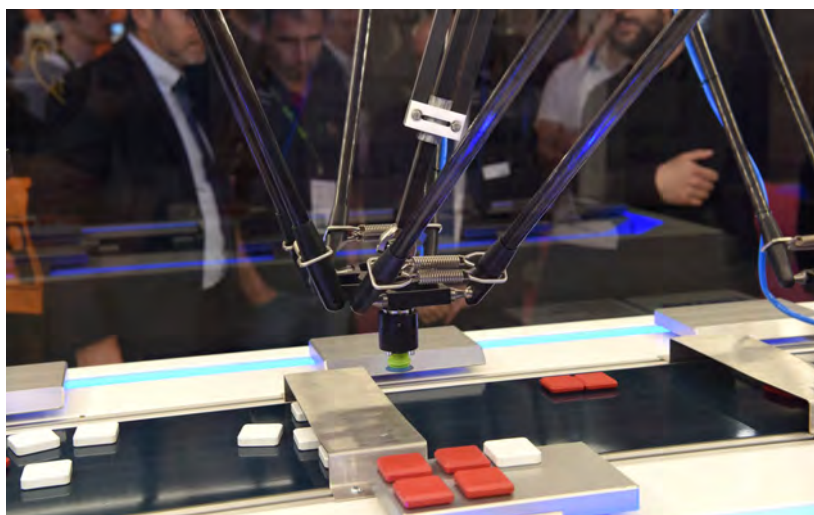
GRANDE ATTENZIONE PER LA ROBOTICA.

ASPS Italia 2019 si è saputo raccontare in maniera originale e non scontata questo mondo, soprattutto farlo in modo semplice e immediato con le voci dei più importanti fornitori ed esperti di tecnologie, ma anche attraverso un dibattito sulle competenze e sul loro ruolo nella fabbrica di domani supportato dalle principali academy e istituti di formazione. Tra i padiglioni più visitati c'è stato quello dedicato alla meccatronica in cui sono state presentate le soluzioni di robotica in cui collaborano macchine, uomini e processi attraverso esperienze di analisi dati, intelligenza artificiale e sistemi di visione.

Le soluzioni meccatroniche presentate hanno mostrato l'integrazione tra automazione, motion control, sistemi di misura e di visione, ma anche di sistemi di simulazione avanzata, analytics e big data.

SULL'ONDA DELLA DIGITAL TRANSFORMATION.

"Anche questa edizione di SPS Italia si è chiusa con una crescita importante di visitatori", ha dichiarato Fabrizio Scovenna, Presidente ANIE Automazione. "Veniamo da anni di sviluppo positivo dei nostri mercati e viaggiamo sull'onda della "digital transformation", quindi gli investimenti e l'innovazione sono il volano principale del successo di SPS Italia, a cui vanno aggiunte la professionalità degli organizzatori e la capacità di tutti coloro che contribuiscono, espositori, associazioni, università, di generare contenuti di grande interesse. Come ANIE Automazione siamo molto soddisfatti di questa edizione a cui daremo naturale continuità nei prossimi forum: sistemi di visione, telecontrollo, meccatronica e software industriale".





TUTTI PAZZI PER LAMIERA. FIERA DA GRANDI NUMERI.

Oltre 26 mila ingressi e 500 imprese presenti a Fiera Milano Rho lo scorso maggio. Grande novità di questa edizione le proposte legate al mondo digitale per automazione, robotica e tecnologie.



mica su sistemi di automazione, robotica, saldatura e tecnologie legate al mondo digitale, organizzate nelle Nuove Aree di innovazione: Robot Planet, FabbricaFutura e Saldatech, che si sono aggiunte alle ormai consolidate Fastener Industry, Ecocoatech e Blech Italy Service.

518 AZIENDE PRESENTI E OLTRE 26 MILA VISITATORI ITALIANI PRESENTI ALLA MANIFESTAZIONE, DI CUI IL 71% PROVENIVA DALL'ITALIA SETTENTRIONALE, IL 20% DAL CENTRO-NORD, IL 9% DAL SUD ITALIA. RISPETTO AL TOTALE DEI PRESENTI L'8,5% ERA DI PROVENIENZA ESTERA IN RAPPRESENTANZA DI 73 PAESI.

Edizione da ricordare per LAMIERA che ha chiuso con numeri da record. Decisamente positiva, infatti, la manifestazione internazionale 2019 delle macchine per la deformazione, il taglio e la lavorazione della lamiera, dell'automazione e delle tecnologie connesse al comparto, svoltasi a Fiera Milano Rho dal 15 al 18 maggio scorso. Giunta alla 20esima edizione, la seconda milanese, LAMIERA ha consolidato la sua posizione nel panorama internazionale richiamando nuovi espositori e allargando così l'offerta in mostra e il catalogo delle imprese presenti. Accanto all'offerta tradizionale la manifestazione ha presentato un'ampia panora-

All'interno del padiglione 18, il Padiglione dell'Innovazione, LAMIALAMIERA ha ospitato un calendario di 40 incontri nei quattro giorni di mostra. Protagonisti assoluti gli espositori che hanno presentato le proprie novità. Circa un migliaio sono le persone che hanno preso parte agli incontri in calendario; di questi più della metà sono gli operatori che hanno partecipato agli eventi delle imprese espositrici.



SEMPRE PIÙ UMANA, SEMPRE PIÙ IN CRESCITA.

Nel 2018 secondo osservatorio.net 3,2 miliardi di valore e +32%. Cosa si chiede alle imprese per la quarta rivoluzione industriale? Investire sul capitale umano inserendo skill tecniche e manageriali.

UN'ITALIA AL PASSO DEI MIGLIORI.

C'è un'Italia che va e soprattutto vuole stare al passo con i migliori, non vuole perdere quel treno fondamentale che si chiama innovazione: questa è l'Italia che è entrata con coraggio (e investimenti) nell'industria 4.0.

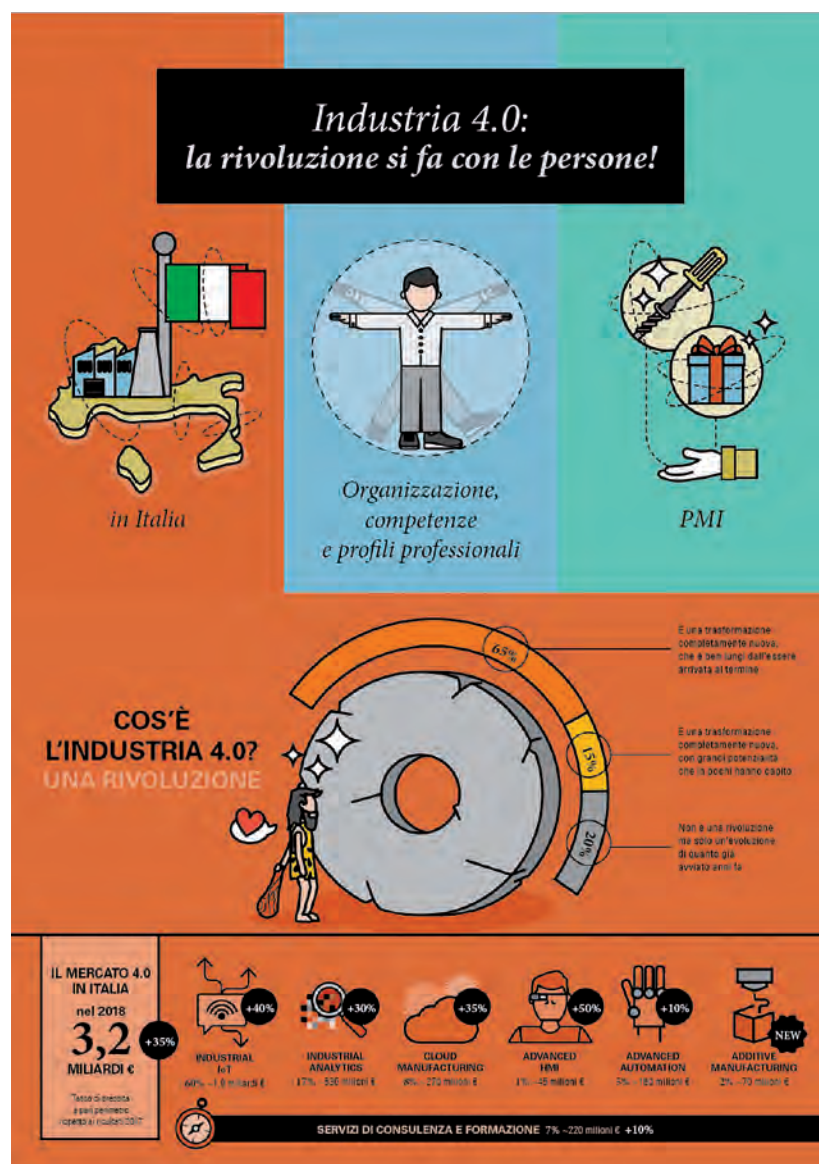
NEL 2018 IL MERCATO DEI PROGETTI DI INDUSTRIA 4.0 (SOLUZIONI IT, COMPONENTI TECNOLOGICHE ABILITANTI SU ASSET PRODUTTIVI TRADIZIONALI E SERVIZI COLLEGATI) HA RAGGIUNTO UN VALORE DI 3,2 MILIARDI DI EURO, DI CUI L'82% REALIZZATO VERSO IMPRESE ITALIANE E IL RESTO EXPORT DI PROGETTI, PRODOTTI E SERVIZI.

Ad evidenziare questi dati è stata la School of Management del Politecnico di Milano che il 20 giugno scorso ha presentato nel capoluogo lombardo lo studio realizzato dall'Osservatorio sull'Industria 4.0 relativa alla digital innovation.

IN CRESCITA VERTIGINOSA.

La crescita per l'industria 4.0 è significativa con un +35% rispetto all'anno precedente.

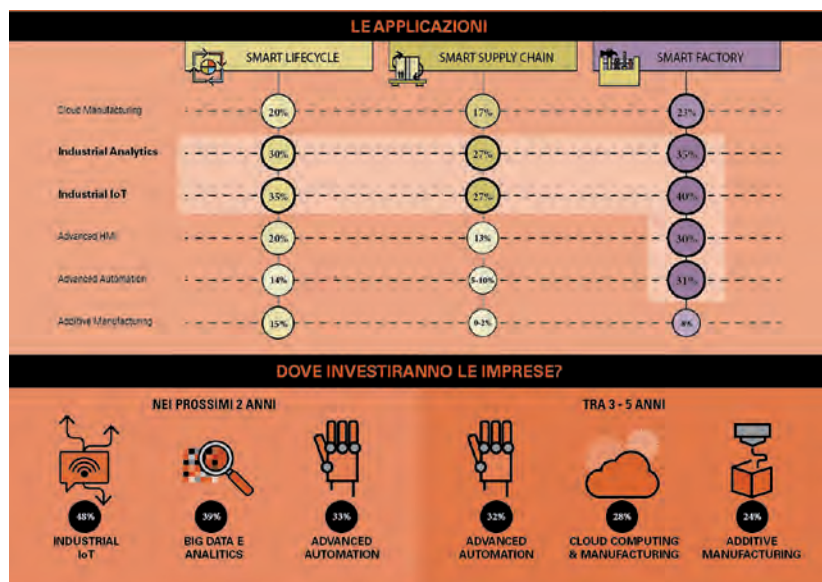
ALLA BASE DI QUESTO TREND DI STRAORDINARIA CRESCITA DEGLI INVESTIMENTI EFFETTUATI NEL 2017 (E FATTURATI NEL 2018) SUL-



LA SPINTA DEL PIANO NAZIONALE INDUSTRIA 4.0, (+140% SE SI CONSIDERANO GLI ULTIMI QUATTRO ANNI).

TREND

INDUSTRY 4.0



Ad essa va aggiunto un indotto di circa 700 milioni di euro in progetti “tradizionali” di innovazione digitale (circa 300 milioni in più dell’anno precedente).

NELL’AMBITO IT I MAGGIORI INVESTIMENTI.

Ma quali sono gli ambiti in cui queste imprese hanno investito maggiormente?

IT, IN PARTICOLARE L’INDUSTRIAL IOT (LA COMPONENTISTICA PER CONNETTERE I MACCHINARI ALLA RETE) CHE CON UN VALORE DI 1,9 MILIARDI DI EURO RAPPRESENTA IL 60% DEL MERCATO E REGISTRA LA CRESCITA PIÙ MARCATA (+40%), SEGUITO DA INDUSTRIAL ANALYTICS CON 530 MILIONI DI EURO (17% DEL MERCATO, +30%) E CLOUD MANUFACTURING CON 270 MILIONI DI EURO (8%, +35%).

Fra le OT (Operational Technologies), l’Advanced Automation conquista la maggiore quota di mercato con 160 milioni e una crescita del 10%, seguito dall’Additive Manufacturing con 70 milioni di euro,

mentre l’Advanced Human Machine Interface segna la crescita più robusta (+50%, 45 milioni di euro). L’ultima fetta del mercato è costituita da attività di consulenza e formazione legate a progetti Industria 4.0: 220 milioni di euro (+10%).

LO SCENARIO ITALIANO È ESTREMAMENTE DINAMICO.

“O rmai quasi tutte le aziende italiane hanno compreso l’urgenza della trasformazione digitale: l’80% ha una chiara percezione della discontinuità rappresentata da Industria 4.0 e che il percorso è solo agli inizi — spiega Giovanni Miragliotta, Direttore dell’Osservatorio Industria 4.0 —. Con una media di 4 applicazioni 4.0 per azienda, lo scenario italiano rimane dinamico e ricco di iniziative, ed è degno di nota il fatto che le imprese che hanno realizzato progetti da oltre un anno, quindi ben assestati, dichiarino benefici tangibili in termini di flessibilità e riduzione dei costi”.

I PRINCIPALI BENEFICI SONO DA RICERCARSI IN UNA MIGLIORE FLESSIBILITÀ DI PRODUZIONE (47%), NELL’AUMENTO DELL’EFFICIENZA DELL’IMPIANTO (38%), NELLA RIDUZIONE DEI TEMPI DI PROGETTAZIONE (34%) E NELL’OPPORTUNITÀ DI SVILUPPARE PRODOTTI INNOVATIVI (33%).

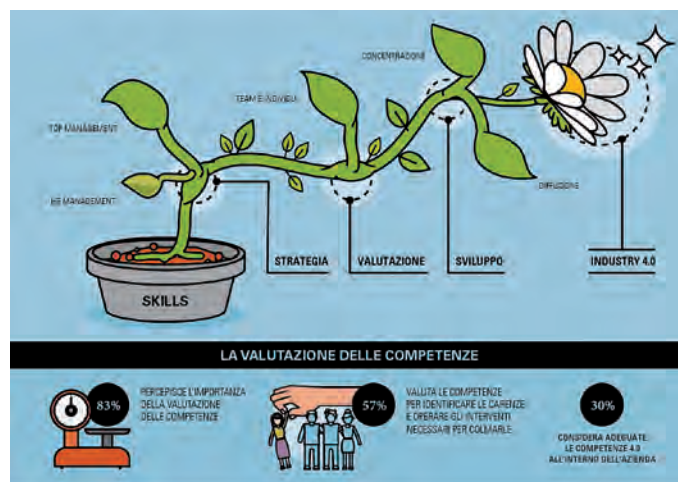
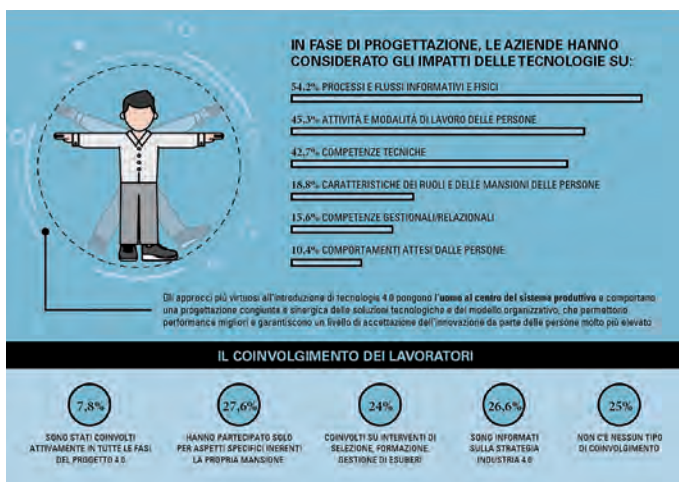
FOCUS SULLA FORMAZIONE DEI DIPENDENTI.

Ci sono anche gli scettici, però. Molti pensano che la tecnologia stia soppiantando gran parte del lavoro umano. E invece no.

Il fattore umano rimarrà sempre decisivo, la grande differenza rispetto al passato è che ai lavoratori di qualsiasi livello, anche il più basso, saranno richieste competenze tecnologiche mirate e le im-



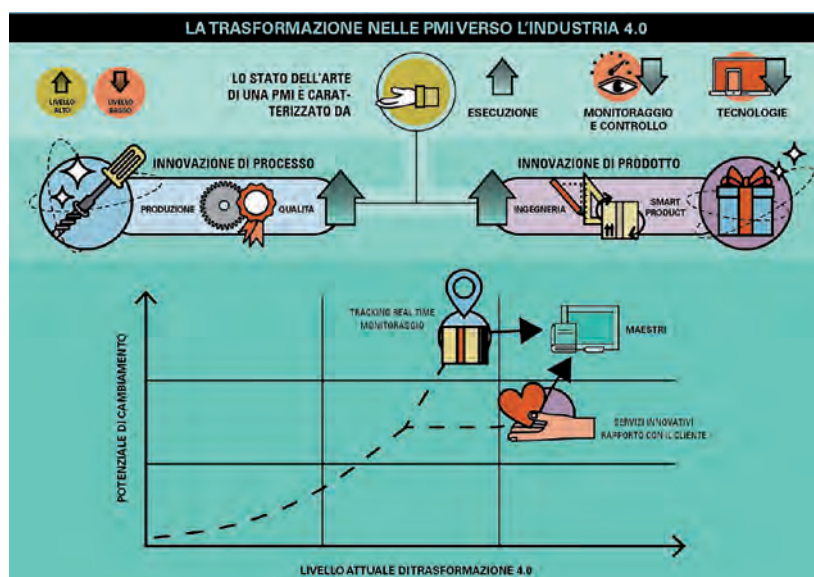
“È FONDAMENTALE INVESTIRE SUL CAPITALE UMANO INSERENDO SKILL TECNICHE E MANAGERIALI PER COSTRUIRE UN ECOSISTEMA DI RELAZIONI CON PARTNER A SUPPORTO DELLO SVILUPPO DELLA DIGITALIZZAZIONE” (MARCO MACCHI, OSSERVATORIO INDUSTRIA 4.0)



prese dovranno impegnarsi a formare i propri dipendenti.

IL 57% DELLE AZIENDE SOTTOPOSTE A QUESTA INDAGINE SI È ATTIVATA PER IDENTIFICARE LE CARENZE DI COMPETENZE 4.0 E AVVIARE INTERVENTI NECESSARI A COLMARLE.

“Nel complesso – commenta Sergio Terzi, Direttore dell'Osservatorio Industria 4.0 -, emerge il quadro di un tessuto industriale più consapevole dell'ampiezza del divario da colmare, deciso nell'attivare le risorse disponibili per formare le competenze più rilevanti, ma in larga misura è ancora nella fase di definizione di una chiara strategia sulle competenze”. Marco Macchi, Direttore dell'Osservatorio Industria 4.0: “È fondamentale investire sul capitale umano inserendo skill tecniche e manageriali per costruire un ecosistema di relazioni con partner a



supporto dello sviluppo della digitalizzazione; l'imprenditore e il management della PMI rimangono il fulcro per la governance dell'innovazione”.



ANDREA MIGNANELLI

ANDREA MIGNANELLI È AMMINISTRATORE DELEGATO DI CERVED GROUP DALL'APRILE 2019. FONDATORE E AMMINISTRATORE DELEGATO DI CERVED CREDIT MANAGEMENT GROUP, SPECIALIZZATA NELLA GESTIONE DI UNA VASTA GAMMA DI CREDITI E BENI PROBLEMATICI, HA PORTATO LA SOCIETÀ A FAR PARTE DI CERVED GROUP S.P.A. NEL 2011, RAFFORZANDO L'OFFERTA DEL GRUPPO NEL SETTORE DEL CREDIT RISK MANAGEMENT.

IN PRECEDENZA MIGNANELLI È STATO PARTNER DI MCKINSEY & CO., RESPONSABILE EUROPEO DELLA CREDIT RISK MANAGEMENT PRACTICE. DAL 1994 AL 1997 HA LAVORATO IN GENERAL ELECTRIC, COME ANALISTA FINANZIARIO PRESSO LE SEDI DI LONDRA, NEW YORK E RIO DE JANEIRO.

LA NUOVA SFIDA PER LE IMPRESE: GESTIRE IL POTERE DEI BIG DATA.

Intervista ad Andrea Mignanelli,
Amministratore delegato Cerved Group.

Cosa significa Cerved Next? Perché avete deciso di renderlo un appuntamento annuale?

Cerved è una data-driven company e tutte le attività aziendali che traggono valore dalla forza dei dati trovano in Cerved un valido partner. Stiamo andando verso una data-driven society dove ogni cosa sarà gestita con i dati. Ciò costituisce un potenziale enorme, ma anche una sfida: i dati crescono in maniera esponenziale e dunque deve crescere anche l'intelligenza per individuare quelli giusti - altrimenti anneghiamo nelle informazioni, ci portano fuori strada - leggerli, maneggiarli e capirli. Un miglior uso dei dati ci potrà aiutare a rispondere a due bisogni primordiali, che accomunano tutte le imprese, le istituzioni finanziarie, le amministrazioni pubbliche: crescere e proteggersi dal rischio. Su

questo noi di Cerved, con il nostro know how e la nostra esperienza, crediamo di avere un ruolo fondamentale e una responsabilità, anche nei confronti del sistema Paese. Lo abbiamo chiamato "CervedforItaly".

Vogliamo condividere la conoscenza, fare cultura. Cerved Next è un modo per alzare la testa e capire cosa accade fuori, per imparare, per lasciarsi ispirare. Quando si parla di futuro e innovazione nessuno può avere le risposte e spesso il cammino è incerto, quindi la cosa più importante è imparare a farsi le domande giuste. Come cambierà l'intelligenza e come la definiremo? Quale sarà la relazione tra uomo e macchine? Come cambierà il nostro modo di lavorare e il nostro rapporto con i clienti? Come cambierà il denaro? Occasioni come Cerved Next ci permettono di confrontar-

ci con persone diverse da noi e di sentire il punto di vista di chi ha fatto di queste riflessioni uno scopo di vita.

Come si possono combinare l'intelligenza umana e quella digitale per aiutare le aziende, anche le PMI, ad apprendere meglio e più velocemente?

Come ci è stato confermato dal prezioso intervento di Geoff Mulgan, Chief Executive di Nesta, la più importante organizzazione britannica per la social innovation, ma anche docente universitario e collaboratore di Tony Blair e Gordon Brown, affidarsi esclusivamente ai dati e alla tecnologia può condurre a decisioni imperfette o addirittura sbagliate: il segreto è combinare il meglio dell'intelligenza umana con quella artificiale.

C'è chi immagina un futuro dove uomini e macchine saranno in competizione, Mulgan invece crede in una sinergia virtuosa che esalti cervello umano e tecnologia e che favorisca lo sviluppo di

quella che chiama intelligenza collettiva, combinando human e artificial intelligence per applicare l'innovazione a ciò che davvero serve.

Ogni individuo, organizzazione o gruppo può trarre vantaggio dal rapporto con una "mente più grande", una combinazione che consenta di pensare in modi radicalmente nuovi, identificare più in fretta gli inconvenienti e combinare le risorse in maniera inedita. Ora invece, sostiene Mulgan, per uno strano paradosso capita spesso di trovare persone e tecnologie intelligenti impiegate all'interno di sistemi che operano stupidamente.

Le organizzazioni, dunque anche le aziende, devono cercare le risorse non sfruttate attorno a loro, come le conoscenze e le intuizioni di dipendenti, clienti e collaboratori, e trovare il modo per mobilitarle.

L'organizzazione fortemente strutturata e gerarchica deve diventare più collaborativa e multifunzionale, la governance meno centralizzata, la

gestione più agile. E anche le capacità di leadership dovranno cambiare.

L'evoluzione del Machine Learning e della Intelligenza artificiale sta modificando anche gli approcci di marketing, dalla ricerca di nuovi clienti e mercati, alla presentazione di nuovi prodotti, fino ai servizi loro dedicati e alle scelte relative alla fidelizzazione. Come e quando ci si può affidare alle tecnologie per affrontare mercati sempre più esigenti e competitivi?

Il marketing si è sempre basato sui dati, la differenza è che adesso le informazioni sono molte ma molte di più, si possono lavorare per estrarne previsioni assai più precise e questo ha alzato moltissimo le aspettative del cliente. Se ne è parlato durante la tavola rotonda moderata da Simone Lovati, Direttore di Cerved ON_, la nostra nuova divisione specializzata in soluzioni e servizi di marketing. In realtà, "big data is a big problem",



MACHINE LEARNING



Data Mining



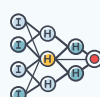
Algorithm



Classification



Learning



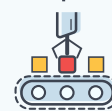
Neural Networks



Deep Learning



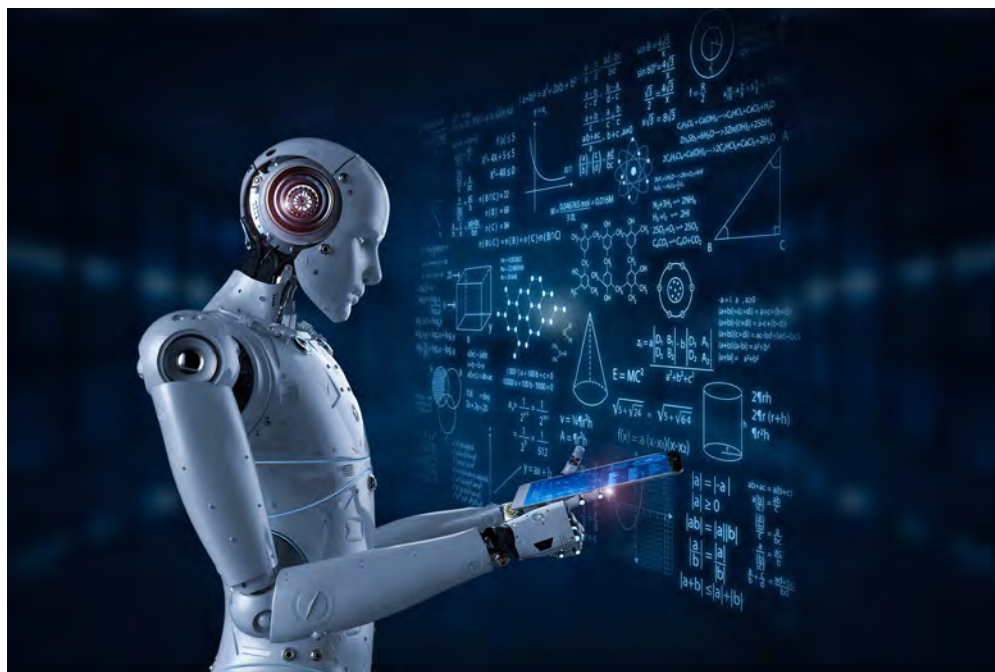
AI



Autonomous

L'INTERVISTA

A COLLOQUIO CON...



perché più dati hai più rischi di sbagliare, perché sei soggetto a molti "bias", cioè cortocircuiti cognitivi, fraintendimenti.

I dati si utilizzano bene quando se ne conoscono i limiti, non bisogna partire da lì ma dai propri obiettivi e in base a quelli selezionare le informazioni corrette e utili, attività che può fare solo un manager di alto livello: right data, right team, right mindset. I big data, l'intelligenza artificiale, gli algoritmi ci dicono con grande rapidità cosa accade, ci permettono di cogliere collegamenti così inusuali o invisibili che ci sfuggirebbero, di fare previsioni anche molto precise, ma non ci spiegano il perché, non sappiamo come lavora la "black box". Il perché - fondamentale per costruire una corretta relazione col cliente - dobbiamo ancora cer-

carlo negli "small data", le ricerche di mercato, le survey, il contatto diretto, che ci aiutano a costruire modelli di spiegazione. Il perché è human intensive, le persone spesso scelgono sulla base di aspetti emozionali, empatici, non razionali. Occorre quindi integrare l'ottimizzazione che viene dalle macchine con la creatività e l'immaginazione che è tipica dell'essere umano.

Uno dei tre "temi chiave" affrontati a Cerved Next è la "Credit revolution". Voi che vi occupate di rischio e di gestione del credito, credete che il Fintech, l'applicazione delle tecnologie digitali alla finanza, possa aiutare l'economia italiana e in particolare le Pmi?

Absolutamente sì. La digitalizzazione applicata al credito è una delle chiavi per attivare

il potenziale economico italiano e come Cerved, con la capacità che abbiamo di ottenere e gestire la più grande banca dati relativa alle nostre imprese, possiamo e vogliamo fare la nostra parte. La dimensione del mercato italiano del Fintech è ancora piuttosto contenuta rispetto al resto d'Europa - circa 50-60 milioni di euro nel 2017 - eppure le condizioni sono favorevoli al suo sviluppo.

Il tessuto imprenditoriale in Italia oggi è più forte, perché chi è sopravvissuto alla crisi ha un profilo di rischio migliore rispetto a 10 anni fa, ma il mercato del credito non riesce a intercettare tutta la domanda di finanziamenti che viene dalla piccola e piccolissima impresa, perché non sa come valutarne il rischio e calibrare i tassi d'interesse.

Secondo i nostri score, sono 68.000 le PMI con un profilo di rischio molto basso o contenuto (area sicurezza e solvibilità) e di queste ben 52.000 hanno un livello di indebitamento così modesto che potrebbero aumentarlo fino a 103 miliardi di euro senza difficoltà. Parliamo di circa un quarto dell'attivo, che se si trasformasse in maggiori investimenti potrebbe generare un incremento significativo della capacità produttiva. Ma come distinguere con certezza tra chi è solido e chi no? Con i dati e le tecnologie, che possono aiutare la banche a velocizzare i processi in sicurezza - digitalizzando

i processi e usando algoritmi per essere più accurate nelle valutazioni - così da fare più credito e le imprese a ottenere finanziamenti in modo rapido anche da soggetti alternativi agli istituti di credito. Come Cerved possiamo portare, oltre alla competenza della nostra agenzia di rating, un patrimonio di dati unico per quantità e qualità sul tessuto imprenditoriale italiano, nonché piattaforme e servizi d'avanguardia per lo sviluppo del business e del credit management.

L'arrivo del 5G è la componente più eclatante di una trasformazione delle comunicazioni che avrà un impatto molto forte anche nelle imprese manifatturiere. Come si devono preparare a questa vera "rivoluzione" della connettività?

Per far sì che abbia un buon impatto sul business, le aziende devono capire il vero valore del 5G: la mole di dati utilizzabili aumenterà esponenzialmente per quantità e

velocità perché il territorio verrà inondato di sensori connessi tra loro, le prestazioni saranno 10 volte superiori al 4G, con una bassissima latenza, ci sarà la possibilità di compiere il passaggio a una digitalizzazione più avanzata e a una connettività più distribuita a costi ragionevoli, verrà reso senza fili ciò che ora è cablato, modificando radicalmente le catene di produzione. Ciò rappresenta un'opportunità enorme soprattutto per le imprese medio piccole. L'infrastruttura di rete per l'Industria 4.0 sarà più alla portata, si ridisegneranno le filiere e si apriranno nuove opportunità di internazionalizzazione.

Gli impatti saranno enormi su tutti fronti, dalla mobilità alla vita nelle smart cities, dove si potranno monitorare o prevenire situazioni pericolose, guasti, emergenze. Sul fronte industriale, le applicazioni andranno dalla logistica di prossimità (robot o droni per piccole consegne o la movimentazione all'inter-

no di magazzini), alla robotica collaborativa (l'interazione con macchinari provvisti di sensori per consentire di lavorare in sicurezza), alla manutenzione remota e predittiva attraverso la realtà aumentata.

Tutto quello che ha che fare con il mondo dell'automazione e della robotica potrà beneficiare di risposte veloci ma altamente affidabili, con controllo e gestione remoti. Inoltre, il 5G giocherà un ruolo fondamentale per le aziende che vorranno consentire ai dipendenti di fare smart working in modo più efficiente e produttivo.

Naturalmente il rovescio della medaglia è la sfida per garantire la protezione dei dati, sia dal punto di vista della privacy che dell'esposizione a rischi di hacking e di attacchi informatici, cresciuto proporzionalmente al diffondersi di Industria 4.0, IoT, digitalizzazione e connettività.

L'evoluzione 4.0 sta cambiando in modo significativo



L'INTERVISTA

A COLLOQUIO CON...

anche le tradizionali figure manageriali nelle aziende manifatturiere. Come le tecnologie emergenti stanno mutando la qualità della leadership?

Innanzitutto, i nuovi manager dovranno formarsi in maniera multidisciplinare e multifocale, non specialistica, avere mentalità collaborativa e spirito di gruppo, aprirsi agli altri e non battere sempre le solite strade, accettando quindi anche il rischio di sbagliare. Qualità, peraltro, che anche in passato hanno contraddistinto i grandi leader, ma che saranno necessarie in maniera più diffusa. Le competenze e le esperienze utilizzate fino a qui potrebbero portarci fuori strada, quindi occorre accettare l'idea che i cambiamenti siano continui e promuovere

innovazione e creatività, flessibilità e velocità, ingaggiando e motivando le persone a capire ciò che fanno e perché lo fanno.

Come le dinamiche di smart manufacturing possono diventare una opportunità per il lavoro e la carriera delle donne?

Del rapporto tra donne, tecnologia e leadership ha parlato Darya Majidi, imprenditrice digitale che si batte per cambiare la cultura e favorire la nascita delle "donne 4.0", in grado di coprire posizioni di rilievo nelle aziende e nell'economia digitale: solo così si potrà ridurre il gender gap, oppure il futuro sarà progettato dagli uomini, a loro immagine e somiglianza, perché i sistemi di intelligenza artificiale rischiano di avere dei pregiudizi in base

alle informazioni che vi si inseriscono.

Le donne devono essere incoraggiate a studiare le materie STEM, a occuparsi di informatica e lo scenario lavorativo e i modelli di sviluppo che si prospettano danno alle donne la possibilità di esprimersi di più. C'è una maggiore elasticità nella gestione del tempo che consente più facilmente di coniugare lavoro e famiglia, una cosa che fa bene anche agli uomini. In più, come ribadito più volte a Cerved Next, in futuro vincerà il connubio tra intelligenza artificiale e intelligenza emotiva, e capacità spiccatamente femminili come l'empatia, l'intuizione, la leadership inclusiva, la diversa abilità nel creare connessioni saranno skill manageriali imprescindibili.





NUOVO GIRAVITE 324: "AVVITA A VITA"

COD. 65.01



USAG rinnova il giravite 324. Restano uguali le caratteristiche di progetto ma migliorano i materiali e le finiture per renderlo il top della scelta sul mercato.

L'impugnatura è stata realizzata in trimateriale: l'esterno in poliuretano resistente ad oli ed agenti chimici, il corpo in poliammide resistente agli sforzi, l'interno in poliammide ad alta densità per un perfetto accoppiamento alla lama. Il rivestimento è "soft grip" per un miglior comfort durante l'uso e una maggiore trasmissione della coppia. Infine, l'impugnatura, grazie ad una sua particolare geometria costruttiva, evita il rotolamento involontario del giravite quando appoggiato su una superficie piana inclinata.

Veniamo ora alle parti metalliche del nuovo giravite 324. La punta, caratterizzata da una geometria perfetta con finitura zincata, è stata sottoposta ad un trattamento anticorrosione. Caratteristiche uniche che le conferiscono il top delle prestazioni. La lama è rinforzata in acciaio al cromo silicio vanadio, per la massima resistenza meccanica.

Tutta la gamma dei giraviti USAG 324, è contraddistinta da un codice colore posto sull'impugnatura che aiuta l'utilizzatore a distinguere immediatamente le diverse impronte.

Il giravite 324 fa parte della selezione "Iconic Product", prodotti unici sul mercato che si distinguono per design, funzionalità e prestazioni. Sono i prodotti top di gamma e più performanti che, più di altri, rappresentano il marchio USAG.

Ulteriori informazioni sulla gamma dei nuovi giraviti 324 su www.usag.it o sui Social Network dedicati all'azienda (Facebook e YouTube).

NEWS

LA VETRINA DELLE NOVITÀ

COD. 65.02

RUOTE MOTRICI IN POLIURETANO “TR” E “TR-ROLL”

 **tellure Rôta**



Tellure Rôta presenta una nuova gamma di ruote motrici, rivestimento in poliuretano “TR” ed in poliuretano elastico “Tr-Roll” e nucleo in ghisa meccanica.

Le ruote motrici su carrelli o attrezzature di trasporto sono utilizzate per muovere l'attrezzatura in autonomia; tramite le ruote motrici, la potenza di un motore viene trasmessa alla superficie del pavimento. Sono impiegate su carrelli elevatori, transpallet elettrici, A.G.V., ed in molti altri settori industriali.

Le ruote motrici di Tellure Rôta sono disponibili in diversi modelli, di diametro tra 200 e 400 mm, e realizzabili anche su disegno specifico dei clienti.

Accanto alla versione con rivestimento in poliuretano TR, Tellure Rôta propone anche il rivestimento in poliuretano elastico TR-Roll, con durezza 75 Shore A, che garantisce movimentazione silenziosa, smorzamento delle vibrazioni ed ottime capacità di superamento degli ostacoli.



CON LA RUOTA GIUSTA MENO FATICA E PIU' SICUREZZA

da **COSÌ**...



...a **COSÌ**



 **tellure Rôta**
MOVING SOLUTION

LE AZIENDE VOGLIONO ESSERE SEMPRE PIU' GREEN.

Cercare di preservare il pianeta per il nostro futuro e quello dei nostri figli: ora lo chiedono anche le nostre imprese invocando un impegno concreto da parte del Governo.



GIOVANI E LAVORO: QUANTO CONTA LA CSR.

Dai giovani agli adulti, dalla vita familiare alle aziende. L'ambiente è diventato negli ultimi anni un tema a cui siamo sempre più sensibili, sia sul lavoro sia nella vita di tutti i giorni.

La sostenibilità ambientale è un tema molto caro alle nuove generazioni e non stupisce, quindi, il risultato dallo studio condotto dal Gruppo Sodexo sui Work Place Trend (tendenze sui posti di lavoro): i millennial e i collaboratori più giovani pretendono, infatti, che la propria

azienda agisca, produca e lavori in maniera responsabile.

A QUESTO PRIMO DATO SI È AGGIUNTA UNA RECENTE INDAGINE STATUNITENSE PUBBLICATA DAL NETWORK ECONOMICO STATUNITENSE, CNBC, DA CUI EMERGE CHE L'86% DEI MILLENNIAL ACCETTEREBBE UNA RIDUZIONE DEL PROPRIO STIPENDIO PUR DI LAVORARE PER UN'AZIENDA RISPETTOSA DELL'AMBIENTE E CHE APPLICHI CONCRETE POLITICHE DI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY.



E ancora, secondo una ricerca di GreenBiz, 2 giovani su 3 non lavorerebbero per un'azienda che non abbia un forte impegno in campo ambientale e l'85% vorrebbe avere l'opportunità di farsi promotori del raggiungimento di obiettivi legati alla CSR.

L'AMBIENTE È UNA PRIORITÀ PER TUTTI.

Ma la sensibilità green non è più solo una prerogativa cara ai giovanissimi, lo è anche per molti adulti che hanno a cuore il destino del Pianeta e quindi il loro stesso e quello dei loro figli. Secondo la prestigiosa rivista economica americana Forbes il modo in cui un'azienda gestisce le sue relazioni sociali, economiche e ambientali presenta un forte impatto sul suo successo: le politiche di responsabilità sociale porterebbero a un aumento del 30% del capitale annuo.

Ma quali sono i consigli degli esperti per agire in maniera più responsabile, attrarre i migliori talenti e trasformare i propri collaboratori in vettori di cambiamento?

FAR SENTIRE I DIPENDENTI PARTE DELL'AZIENDA.

Sono tre le aree principali sulle quali le aziende devono focalizzarsi per avere un impatto migliore sul futuro.

In primo luogo ridefinire il significato di azienda socialmente responsabile, le organizzazioni dovrebbero rendere conto del proprio impegno in materia di CSR sulla base di indicatori come l'impatto economico, la trasparenza e il benessere dei propri collaboratori.

In secondo luogo alle imprese è chiesto di coinvolgere e ispirare i collaboratori: le aziende devono impiegare le proprie energie in programmi globali che consentano ai collaboratori di entrare in contatto con colleghi e organizzazioni in tutto il mondo e avere un ruolo attivo nella ricerca delle soluzioni.

Infine è necessario superare la crisi di sfiducia: le aziende devono intervenire per modificare il diffuso clima di sfiducia creatosi negli ultimi anni, permettendo ai collaboratori di diventare reali agenti del cambiamento sociale.



SECONDO UNA RICERCA DI GREENBIZ, 2 GIOVANI SU 3 NON LAVOREREBBERO PER UN'AZIENDA CHE NON ABBA UN FORTE IMPEGNO IN CAMPO AMBIENTALE E L'85% VORREBBE AVERE L'OPPORTUNITÀ DI FARSI PROMOTORI DEL RAGGIUNGIMENTO DI OBIETTIVI LEGATI ALLA CSR.

LE RICHIESTE DELLE ASSOCIAZIONI AL GOVERNO.

Ora finalmente anche le imprese italiane si stanno muovendo nella direzione della sostenibilità ambientale chiedendo al Governo un impegno serio per questo tema così sentito.

Nel maggio scorso, infatti, le 10 associazioni imprenditoriali di categoria più rappresentative (Confartigianato Imprese, Alleanza delle Cooperative Italiane, Confagricoltura, CIA Agricoltori Italiani, Cna, Confcommercio, Confindustria, Federazione Banche Assicurazioni e Finanza, Unioncamere e Utilitalia), tutte aderenti all'Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile (ASviS), hanno indicato le linee di azione necessarie per

accelerare il passo verso gli Obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030, firmata dai 193 Paesi dell'ONU nel settembre 2015.

L'impegno delle aziende e della finanza è in linea con quanto auspicano gli italiani.

SECONDO UNA RECENTE INDAGINE DI EUMETRA, IL 72% DELLE PERSONE RITIENE CHE LE IMPRESE DOVREBBERO OCCUPARSI SERIAMENTE DI SOSTENIBILITÀ E IL 67% RITIENE GIUSTO CHE LE IMPRESE, DI QUALSIASI DIMENSIONE (SPECIE LE GRANDI), TENGANO CONTO DEGLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE ANCHE SE CIÒ DOVESSE SIGNIFICARE UN AUMENTO DEI PREZZI DEI PRODOTTI O DEI SERVIZI.

Mantenere la rotta verso la Responsabilità Sociale d'Impresa

CHE COSA STANNO FACENDO LE AZIENDE



60%

Il 60% delle aziende statunitensi con un giro di affari superiore a 1 miliardo di dollari, sta accelerando la propria strategia di sostenibilità.¹⁰



40%

Il 40% delle aziende è al lavoro per raggiungere almeno uno dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs).¹¹



60%

Il 60% delle aziende ha in programma di basarsi sugli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile per rivedere o stabilire nuovi obiettivi per la propria organizzazione.¹¹

CHE COSA SI ASPETTANO I LAVORATORI



75% è d'accordo

sul fatto che un'azienda può agire in modo da aumentare i profitti e migliorare le condizioni economiche e sociali del contesto in cui opera.¹²



2/3

Il 2/3 dei lavoratori statunitensi vogliono che la propria azienda si impegni attivamente nei confronti di temi sociali e ambientali, compreso il sostegno pubblico alle energie rinnovabili.¹³



58%

Il 58% dei lavoratori statunitensi lavorerebbe a lungo termine per un'azienda che si impegni a fare la differenza su un'importante questione sociale.¹³

CHE COSA NE PENSANO I MILLENNIALS



76%

Il 76% dei millennials accetterebbe una diminuzione di stipendio per lavorare per un'azienda socialmente responsabile.¹⁴

CIRCA 2 su 3

Circa 2 su 3 della generazione dei millennials non lavorerebbero per un'azienda che non abbia un forte impegno in campo sociale e ambientale.¹⁴



85%

L'85% dei millennials vorrebbe avere l'opportunità di aiutare la propria azienda a raggiungere i suoi obiettivi di RSI.¹⁴

REPORT

SVILUPPO SOSTENIBILE

Tuttavia, permane un po' di scetticismo: infatti, il 48% degli italiani pensa che le imprese si occupino di sviluppo sostenibile perché hanno qualcosa da farsi perdonare, mentre il 38% ritiene che occuparsi di sostenibilità sia nell'interesse dell'impresa stessa.

IL 75% DELLE PERSONE VUOLE L'AZIENDA GREEN.

Gli intervistati ritengono che un'impresa impegnata per lo sviluppo sostenibile dovrebbe avere le seguenti caratteristiche: essere seria nell'affrontare questi temi (75%), trattare bene i clienti (71%) e i dipendenti (73%), assicurare la qualità dei prodotti (73%), rispettare l'ambiente in tutte le attività (73%), essere attenta ai temi sociali (70%), al territorio in cui opera (73%) e all'uguaglianza di genere (66%).

In termini di percezione dell'impegno su questi temi, i settori più apprezzati sono quello alimentare, automobilistico, farmaceutico, della grande distribuzione e

dei mezzi d'informazione, mentre i settori bancario, energetico e delle imprese di telefonia sono considerati meno impegnati per la sostenibilità.

L'INNOVAZIONE È LA CHIAVE DEL SUCCESSO.

“La sostenibilità è sempre più considerata un fattore strategico dalle imprese oltre ad essere un importante elemento valoriale e reputazionale”, commenta Pierluigi Stefanini, Presidente dell'ASviS, che con i suoi oltre 240 aderenti è la più grande rete italiana di organizzazioni della società civile.

“Allo stesso tempo, il mondo della finanza guarda con sempre più attenzione a realtà imprenditoriali innovative, rispondenti ai criteri Environmental, Social and Governance (ESG). Tali criteri obbligano ad un cambiamento di prospettiva e ad investire non tanto nell'ottica di un vantaggio immediato, ma in una prospettiva di medio-lungo termine”.

È UN CAMBIAMENTO CULTURALE GIÀ IN ATTO.

“Agenda 2030 riconosce alle imprese e alla finanza un ruolo fondamentale”, sottolinea il Portavoce dell'ASviS Enrico Giovannini, “ed è evidente il cambiamento culturale che sta avvenendo, anche in Italia. Il nostro Paese è ricco di aziende virtuose rispetto allo sviluppo sostenibile, ma questo non vale ancora per il sistema nel suo complesso, anche per l'assenza di politiche adeguate”.

“Il documento unitario elaborato grazie all'ASviS – aggiunge Giovannini – dà un segnale forte al Governo e alle altre istituzioni. Ora, però, bisogna passare ai fatti e ci auguriamo che il Presidente del Consiglio convochi quanto prima il tavolo proposto dalle associazioni, anche in vista della preparazione della prossima Legge di Bilancio”.

LE CARATTERISTICHE DELL'AZIENDA GREEN

75% Essere seria nell'affrontare questi temi

71% Trattare bene i clienti e i dipendenti **73%**

73% Assicurare la qualità dei prodotti

73% Rispettare l'ambiente in tutte le attività

70% Essere attenta ai temi sociali **73%** al territorio e all'uguaglianza di genere **66%**



I SETTORI PIÙ APPREZZATI SONO QUELLO ALIMENTARE, AUTOMOBILISTICO, FARMACEUTICO, DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE E DEI MEZZI D'INFORMAZIONE, MENTRE I SETTORI BANCARIO, ENERGETICO E DELLE IMPRESE DI TELEFONIA SONO CONSIDERATI MENO IMPEGNATI PER LA SOSTENIBILITÀ.

L'ALLEANZA ITALIANA PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE (ASVIS)



L'ALLEANZA ITALIANA PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE (ASVIS) È NATA IL 3 FEBBRAIO DEL 2016, SU INIZIATIVA DELLA FONDAZIONE UNIPOLIS E DELL'UNIVERSITÀ DI ROMA "TOR VERGATA", PER FAR CRESCERE NELLA SOCIETÀ ITALIANA, NEI SOGGETTI ECONOMICI E NELLE ISTITUZIONI LA CONSAPEVOLEZZA DELL'IMPORTANZA DELL'AGENDA 2030 PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE E PER MOBILITARLI ALLO SCOPO DI

REALIZZARE GLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE. L'ALLEANZA RIUNISCE ATTUALMENTE OLTRE 200 TRA LE PIÙ IMPORTANTI ISTITUZIONI E RETI DELLA SOCIETÀ CIVILE.

GLI OBIETTIVI SPECIFICI DELL'ALLEANZA SONO I SEGUENTI:

- SENSIBILIZZARE GLI OPERATORI PUBBLICI E PRIVATI, LA PUBBLICA OPINIONE E I SINGOLI CITTADINI SULL'AGENDA PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE, FAVORENDO ANCHE UNA CONOSCENZA DIFFUSA DELLE TENDENZE IN ATTO RISPETTO AGLI SDGS E DI QUELLE ATTESE PER IL FUTURO ATTRAVERSO L'IMPIEGO DI TUTTI I MEZZI DI COMUNICAZIONE
- PROPORRE POLITICHE VOLTE AL RAGGIUNGIMENTO DEGLI SDGS ED ESPRIMERE OPINIONI RIGUARDO A POSSIBILI INTERVENTI LEGISLATIVI, CON PARTICOLARE RIFERIMENTO AL SUPERAMENTO DEI DIVARI ESISTENTI TRA LE DIVERSE REGIONI DEL NOSTRO PAESE E DELLE DISUGUAGLIANZE TRA I DIVERSI GRUPPI SOCIO-ECONOMICI
- PROMUOVERE UN PROGRAMMA DI EDUCAZIONE ALLO SVILUPPO SOSTENIBILE, CON PARTICOLARE ATTENZIONE ALLE GIOVANI GENERAZIONI
- STIMOLARE LA RICERCA E L'INNOVAZIONE PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE, PROMUOVENDO LA DIFFUSIONE DI BUONE PRATICHE SVILUPPATE ALL'ESTERO E IN ITALIA E DI PROPOSTE INNOVATIVE CHE VENGONO DAL SISTEMA DELLA RICERCA PER FAVORIRE LA SPERIMENTAZIONE SU SCALA LOCALE E NAZIONALE, L'ADOZIONE DA PARTE DELLE IMPRESE E DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE
- CONTRIBUIRE ALLA PREDISPOSIZIONE DI ADEGUATI STRUMENTI DI MONITORAGGIO PER IL CONSEGUIMENTO DEGLI OBIETTIVI IN ITALIA, CON RIFERIMENTO ANCHE A GRUPPI DI STAKEHOLDER SPECIFICI (IMPRESSE) E A CONTESTI TERRITORIALI LOCALI (COMUNITÀ E CITTÀ), VALORIZZANDO AL MASSIMO I SISTEMI ESISTENTI, QUALI GLI INDICATORI DEL BENESSERE EQUO E SOSTENIBILE (BES)
- PROMUOVERE LO SVILUPPO DI STRUMENTI ANALITICI UTILI PER VALUTARE L'IMPATTO DELLE POLITICHE ECONOMICHE, SOCIALI E AMBIENTALI E RIDURRE AL MASSIMO I COSTI DELLA TRANSIZIONE ALLA SOSTENIBILITÀ, INDIVIDUANDO I TRADE-OFF ESISTENTI TRA DIVERSE POLITICHE E PROPONENDO INTERVENTI PER RENDERLI PIÙ FAVOREVOLI.



**CONSORZIO
DISTRIBUTORI
UTENSILI**