

GDB INDUSTRIA 4.0

Per il lavoro si aprono praterie Ma servono nuove competenze

**Data scientist, service eng.
3D designer, social media manager
E mancano ingegneri**

Il confronto

Gianni Bonfadini
g.bonfadini@giornaledibrescia.it

BRESCIA. Secondo Marina Pizzi, delegata del Rettore alla ricerca, l'Università di Brescia è la prima in Italia quanto ad occupabilità (dati del ministero). Significa che chi si laurea qui trova, prima che altrove, un posto di lavoro: siamo 10 punti percentuali sopra la Lombardia e 20 oltre la media nazionale. Se poi parliamo in particolare di Ingegneria siamo alla praticamente piena occupabilità (98%), il che significa che c'è una gran fame di neolaureati in Ingegneria.

Venti aziende bresciane e non dicono quel che non va nella formazione

Sorpresa: serve più empatia

Un po' così è sempre stato. Oggi, ragionevolmente, questa fame di ingegneri va asciutta al gran movimento che si agita sotto il sole dell'Industria 4.0, alle necessità di nuove figure professionali che le aziende cercano; si assiste, per dirla in termini più forbiti, «ad una forte discontinuità nel fabbisogno di competenze da parte delle imprese». In altre parole ancora: c'è un gran bisogno di personale, ma capace di fare cose nuove. Per chi pensa che il lavoro sia morto è una lettura interessante.

Una ricerca per cento. All'ap-

puntamento, il Rise si è preparato con una ricerca fatta in un centinaio di aziende il cui risultato finale in qualche modo sorprende: il limite allo sviluppo, un handicap alla introduzione di nuove tecnologie è rappresentato - attenzione - «dalla mancanza di competenze». In fabbrica, da una parte devono cambiare le competenze di chi ci lavora, ma bisogna ingaggiare anche nuove figure: service engineer, data scientist, reputazione manager, 3D designer e l'elenco di questi mestieri a prima vista improbabili potrebbe continuare.

«Rivampare» chi lavora. D'accordo quindi su nuove figure professionali, ma le aziende chiedono all'università se non sia possibile anche fare qualcosa per chi già in fabbrica lavora, per chi ha esperienze ma non le nuove competenze. L'università potrebbe fare qualcosa? Seconda richiesta: alternanza scuola-lavoro. Bella cosa, ma da affinare. Esempio: perché non terminare le sessioni d'esame a maggio così da lasciare due mesi pieni (giugno-luglio) per gli studenti in azienda? Terza richiesta: serve più inglese e più attitudine all'avorio in team. Sull'inglese ci si capisce subito, sul lavoro in team vale la pena qualche riga ancora.

Le aziende vorrebbe, per così dire, degli ingegneri più simpatici, per meglio dire: li vorrebbe più empatici, quindi più in grado di entrare in sintonia non solo con i colleghi, ma anche con i clienti, perché questo è soprattutto Industria 4.0: dal prodotto ci si sposta al cliente. E se chi va a parlare col cliente è più "simpatico", diciamo così, l'azienda ci guadagna. Con la speranza che l'asset-simpatia frutti pure qualcosa al nostro neolau-

reato... //

Più di tutto. Il tema della mattinata era un po' questo: diteci un po', signore aziende, che ne pensate del nostro lavoro, come insegniamo, che impressione e risultati avete quando assumete un nostro laureato, che si dovrebbe fare di più e/o meglio alla luce, ovviamente, del Nuovo Mondo che prefigura un mercato dove, sempre più ci si sposta dal prodotto al cliente, che vuole più qualità, più reattività, più flessibilità e la contemporanea riduzione dei costi. Allora, che ci dite?

Una ricerca per cento. All'ap-



Nuovi mestieri. La mancanza di figure professionali è un limite allo sviluppo



In Rettorato. Un momento del confronto



Guida il Rise. Il prof. Marco Perona

AVVISO AI NAVIGANTI

Fare e far sapere per far crescere tutti. Noi e le aziende

RACCONTATECI, VI RACCONTEREMO

Gianni Bonfadini · g.bonfadini@giornaledibrescia.it

C'è un tema che sempre più ricorre parlando di aziende, di imprenditori. Ed è un tema in fantastica contraddizione (apparente) con il mondo 4.0. Ha a che fare con il raccontare storie. C'è gente - che ne sa - che va dicendo alle aziende che devono devono uscire allo scoperto, che è tempo di lasciare il guscio, che devono aprirsi. In una parola: raccontarsi. Devono risolvere l'antico mestiere delle nonne e cominciare a ... filare, a prenderla un po' larga, con qualche calma, con qualche spazio; devono tirar fuori le cose dagli armadi e dagli archivi e far sapere al mondo da dove vengono. Converrete che nel tempo dei 144 caratteri è sorprendente questo fatto del raccontarsi. Pare ci sia tanta altra gente - i clienti - cui piaccia sapere da che parte un'azienda viene, come fa le sue produzioni, che facce hanno quelli che la azienda l'hanno fondata e quelli che in

azienda ci lavorano. Pare che la cosa dia sicurezza, conforti, incoraggi l'acquisto. Pare che anche per comprare lamiere piuttosto che valvole si arrivi quel tipo di marketing in uso sui prodotti a largo consumo. La faccia di Giovanni Rana o di Ennio Doris, oppure quelle degli artigiani della qualità di Poltrone & Sofà, per dire. Ma raccontarsi (lo ricordava qualche tempo fa il prof Roberto Verganti) serve anche ad altro. Per esempio - in tempi 4.0, dove i tecnici o gli ingegneri li si ruba l'uno con l'altro - a far sapere che tipo di azienda siete, quel che di buono fate, che comunque ci siete anche voi come scelta magari non disprezzabile. Ma raccontarsi serve ancora ad altro. Per esempio a far crescere quel che chiamiamo territorio, i nostri paesi, le nostre valli. Dire (a partire dalle più grandi) cosa si fa nelle fabbriche può essere utile anche agli altri e quindi a noi stessi. Raccontateci. Noi vi racconteremo...

Confronto grandi & piccoli Ecco chi c'era con il Rise

Ingegneria

BRESCIA. Grandi e piccoli in settori assortiti. All'invito del Rise di ritrovarsi settimana scorsa in una sale del Rettorato dell'Università (via Gramsci-piazzetta Boni) hanno risposto poco meno di venti aziende. Grandi gruppi e realtà più piccole, aziende bresciane e no.

Può essere di un qualche interesse dare l'elenco delle



aziende presenti, segna anche la capacità attrattiva del Rise. A maggior ragione considerando che la figura al tavolo in rappresentanza delle aziende era mediamente di vertice. Di seguito diamo quindi l'elenco delle società presenti con il relativo rappresentante.

Francesco Piccioni (Abb Sa-
ce), Paola Artioli (Aso Siderur-
gica), Fabiola Felippone (Au-
chan), Marco Bergossi (Bmw
Italia), Paola Corsi (Bravo So-
lutions), Micaele Di Giusto
(Cameo), Stefano Teppa (Car-
lo Gnutti), Valerio Maffi (Cava-
gna Group), Michele Campio-
ne (Electrolux), Daniele Bertoni
(Beretta), Piergiorgio Balbo
(Fiamm), Giuseppe Capoferri
(Gulliver), Daniela Zini (Leo-
nardo), Federica e Ruggero Pe-
derzoli (Meccanica Pi.Erre),
Laura Parigi (Npi Italia) e Ste-
fano Scaglia (Scaglia Indeva).

Le indicazioni complessive delle aziende all'università le

abbiamo illustrate nell'articolo qui sopra. Qui c'è spazio so-

lo per una breve considerazio-

ne finale.

L'impressione raccolta è che le aziende abbiano ben presente la sfida che il digitale sta portando nelle fabbriche. La percezione circa il fatto che dal prodotto si va al cliente è stata nettissima, così come - per citare la Paola Artioli - egualmente netta è l'idea di introdurre «processi smart per prodotti old». Una sintesi perfetta. //

Venerdì a Milano startup per l'agrifood

Innovazione

MILANO. «La spinta innovativa delle startup agrifood»: è il tema di una mattinata di lavori che si tiene venerdì 17 (ore 9.30/13) nella sala consiglio di Ingegneria Gestionale, via Lambruschini 4b, a Milano. I lavori sono promossi dall'Osservatorio Smart AgriFood, iniziativa congiunta fra Politecnico di Milano e Università di Brescia.

Dopo la presentazione della ricerca sulla «Spinta innovativa delle startup agrifood» e la presentazione dell'Osservatorio, verranno esaminate e presentate casi di aziende relativamente all'agricoltura di precisione (con i casi della Elaisan e Omica); alla tracciabilità (con i casi di Penelope e Wenda); della qualità alimentare (XNet); la qualità ambientale (con l'illustrazione del caso MyFood da parte di Luca Massarete e Francesco Gilberti). //