



34° Congresso nazionale di fonderia

Sessione economico-politica

Catania, 18-21 ottobre 2018

Successo anche per il nuovo format al centro della 34° edizione del Congresso nazionale di fonderia

Riscontri positivi dopo la due giorni di formazione dedicata al tema dell'eccellenza in azienda svoltasi a Catania il 18 e il 19 ottobre 2018

Si è svolta nella splendida cornice della Sicilia orientale la 34a edizione del Congresso nazionale di fonderia: Catania è stata infatti la sede della sessione "economico-politica", che quest'anno sarebbe più adeguato definire "strategico-formativa" e che si è concentrata sul tema "Eccellenza, la strategia di domani". Un congresso inedito dal punto di vista sia dei contenuti sia delle modalità di svolgimento, con due momenti di formazione e di confronto organizzati in collaborazione con Lenovys, società di ricerca, consulenza e formazione specializzata in Lean Management, e con il supporto delle numerose aziende partner delle fonderie che hanno contribuito alla realizzazione dell'iniziativa.

Non sono mancati, come tradizionalmente accade in occasione dell'appuntamento biennale con il congresso di fonderia, momenti conviviali e di networking, a partire dalle due cene di gala di giovedì 18 e venerdì 19 ottobre, nelle quali i congressisti sono stati ospiti di Sidermetal e Gerli Metalli.

Ai lavori del congresso è infine seguito, come di consueto, un weekend di tour e visite guidate all'insegna dell'arte, della cultura e del buon cibo.

UN NUOVO FORMAT PER IL CONGRESSO

Il nuovo format ha centrato l'obiettivo di stimolare il confronto e lo scambio reciproco attorno a un

ASSOFOND
ASSOCIAZIONE ITALIANA FONDERIE



**ECCELLENZA,
LA STRATEGIA DI DOMANI.**



ASSOFOND C'È.





tema di sicuro interesse per tutte le fonderie: i più avanzati modelli manageriali capaci di coniugare, in azienda e non solo, il raggiungimento di prestazioni e risultati eccellenti con il benessere delle persone e dei team di lavoro.

L'eccellenza è del resto, da sempre, una caratteristica importante del settore: eccellenti sono i prodotti realizzati dalle fonderie italiane, che rappresentano un elemento imprescindibile per l'industria manifatturiera internazionale; eccellenti sono le aziende stesse, che negli anni hanno saputo competere in contesti spesso difficili e burrascosi, superando con tenacia il recente periodo di crisi economica; eccellenti sono, infine, i risultati ottenuti in termini di contributo alla transizione in corso verso un sistema economico circolare, grazie alla capacità unica che hanno le fonderie di dare nuova vita agli scarti e ai rottami. Ma come è possibile migliorare ulteriormente i risultati aziendali promuovendo allo stesso tempo il coinvolgimento di tutto il team di lavoro? Come creare un modello di business orientato al massimo impatto per i clienti e per l'azienda? Come implementare nuove abitudini sociali e sviluppare un nuovo mindset delle persone in azienda? Di tutto questo, e di molto altro, si è parlato in occasione del 34° congresso.

LA CRESCITA PROSEGUE, MA NON SI DEVE ABBASSARE LA GUARDIA

La relazione introduttiva del presidente di Assofond **Roberto Ariotti** ha fatto il punto sull'andamento del settore sottolineando come, nel contesto della grande crisi globale e di quelle locali che si sono succedute nel corso dell'ultimo decennio, le fonderie italiane abbiano dimostrato di saper reagire meglio di altre aziende in condizioni avverse, con un grado di resilienza superiore alla media di altri settori del sistema industriale italiano. Nei primi otto mesi del 2018 il trend dell'industria di fonderia in Italia è rimasto positivo (+1,3%), ma in contenimento rispetto alla crescita robusta e generalizzata del 2017 (+7%).



Le fonderie di metalli non ferrosi hanno mostrato un'evoluzione più dinamica con uno sviluppo intorno al +3,5%, mentre quelle ferrose hanno mantenuto un andamento più stabile (+0.6% i getti di ghisa e +1,8% quelli di acciaio). Questi dati trovano riscontro nella produzione industriale dei settori utilizzatori di getti, ad eccezione dell'edilizia. In particolare, la meccanica e l'automotive, i due principali mercati di sbocco, nella prima parte dell'anno sono cresciuti in modo sostenuto.

Il presidente Ariotti ha sottolineato, in chiusura del suo intervento, la necessità di "non abbassare la guardia", considerando che il contesto attuale presenta non poche incognite, a cominciare dall'andamento generale dell'economia del nostro Paese e dalle ricadute che avranno le scelte economiche del governo. D'altra parte, però, ha rivendicato quanto Assofond ha fatto e sta facendo per creare valore per tutte le fonderie, citando in particolare le numerose collaborazioni attive con alcune delle principali università italiane: con l'Università Bocconi è stato realizzato il primo Rapporto di sostenibilità del settore, importante punto di partenza per un sempre più intenso lavoro sul tema della responsabilità sociale di impresa; con l'Università di Verona si è lavorato per produrre un'analisi di settore che ha approfondito le dinamiche competitive e l'evoluzione strutturale dell'industria italiana di fonderia, mostrando che il settore è vivo e in costante sviluppo e che si sta diffondendo fra le imprese la consapevolezza della necessità di muoversi verso un posizionamento strategico fortemente specializzato su materiali e



processi, su know-how tecnico relazionale e su una focalizzazione settoriale.

Infine, con l'Università Cattolica è ai nastri di partenza una collaborazione che porterà ad analizzare il clima aziendale nelle fonderie italiane, con l'obiettivo di valorizzarne il capitale umano e favorire l'attrattività delle imprese del comparto nei confronti dei giovani in cerca di un lavoro stimolante e con importanti prospettive di crescita.

Il presidente ha poi concluso il suo intervento introducendo il nuovo format congressuale: *“Con questa 34° edizione del congresso di fonderia abbiamo deciso di innovare e di trasmettere dei messaggi nuovi ai nostri colleghi, per cercare di stimolarli verso qualcosa di diverso e di utile per la loro attività quotidiana. Abbiamo cercato un modo insolito per uscire dalle analisi di contesto legate al nostro settore e concentrarci invece su come possiamo lavorare in modo più incisivo per essere più proattivi e per cercare di indirizzare il nostro futuro attraverso i nostri comportamenti quotidiani in azienda”.*

RISULTATI DI ECCELLENZA E BENESSERE IN AZIENDA: UN BINOMIO POSSIBILE

Nella prima delle due giornate di lavori, gli oltre 100 partecipanti ai lavori congressuali hanno avuto modo di familiarizzare con i concetti chiave del lean management, ossia la strategia per acquisire competitività attraverso la riduzione sistematica di tutti gli sprechi e l'introduzione di soluzioni innovative di prodotto e di processo, mettendo le



persone al centro di tutti i propri interventi. A guidare la giornata è stato **Luciano Attolico**, fondatore e CEO di Lenovys, uno dei massimi esperti di Lean Thinking in Italia.

“Sono convinto – ha sottolineato Attolico – che coniugare risultati di eccellenza e prestazioni elevate con benessere profondo non solo sia possibile, ma obbligatorio al giorno d'oggi. Ma per poterlo fare è spesso necessario cambiare il nostro stile di vita. La profondità dei valori, l'attenzione all'essenzialità e alla semplicità, in altre parole il “Lean Lifestyle” è, a mio parere, una via sostenibile per metterci nelle condizioni di ridurre, giorno dopo giorno, quella distanza che separa quello che siamo da quello che vorremmo essere”.

Nel corso del suo intervento, Attolico ha sottolineato che per ottenere eccellenza in un contesto complesso come quello caratterizzato dall'evoluzione digitale che stiamo vivendo, è necessario sviluppare l'abitudine a fare cose diverse, impadronendosi del proprio tempo, della propria energia e della capacità di concentrarsi





sulle cose. *“La nostra vita – ha sottolineato Attolico – è dettata in gran parte dalle abitudini, che condizionano fino al 95% le scelte che facciamo e le decisioni che prendiamo ogni giorno, consciamente o inconsciamente. E le cattive abitudini, come hanno dimostrato anche i ricercatori del MIT, sono dure a morire”.*

Saper riconoscere le abitudini ci consente di acquisire consapevolezza e ci offre la possibilità di crearne di nuove, più adeguate. Un’abitudine preesistente, infatti, non può essere modificata, tanto sono profonde le sue radici biologiche. Può essere solo sostituita con un’altra che ci porta verso il risultato che desideriamo raggiungere. A parità di talenti, nello sport come nella professione, nella vita personale come in quella sociale, le prestazioni più elevate sono ottenute dalle persone che sanno utilizzare a proprio favore la forza positiva dell’abitudine, cioè la ripetizione volontaria e sistematica di un comportamento finché non diventa talmente connaturato e “facile” da essere eseguito alla perfezione anche nelle condizioni di maggiore pressione verso il risultato. Saper creare nuove abitudini, così come saperne disinnescare di vecchie poco costruttive, è quindi una delle competenze chiave del leader Lean. Senza questa competenza è veramente difficile aspettarsi cambiamenti duraturi e, soprattutto, sviluppare sé stessi e gli altri in modo efficace. È per questa ragione che, se si vuole che un gruppo di persone diventi autonomo nel condurre qualsiasi operazione, è necessario chiedersi quali sono le abitudini a supporto da progettare e far radicare nel gruppo: non c’è nessuna speranza di ottenere risultati duraturi e comportamenti organizzativi stabili senza le abitudini.

ESSERE UN “LEADER LEAN” PER FAR CRESCERE LA PROPRIA ORGANIZZAZIONE

Per lo sviluppo delle persone in azienda è importante chiedersi, quindi, quali sono gli strumenti e i metodi che possono diventare parte integrante delle nuove abitudini legate alle prestazioni da ottenere. Per esempio, abituare le persone a far un uso costante del visual



management – cioè la gestione a vista applicata ai processi, che si basa sulla piena visibilità degli stati d’avanzamento di questi ultimi da parte di tutti gli attori del processo – può permettere di aver chiaro in ogni momento qual è l’obiettivo da raggiungere e qual è lo stato di avanzamento attuale. Questa abitudine può accelerare la rapida comprensione di ciò che accade, dei problemi del momento e di chi sta facendo che cosa per risolverli. Inoltre, può contribuire in maniera decisiva all’orientamento del focus verso ciò che desideriamo che accada, sviluppando una cultura lean basata su fatti e numeri, e ostacolando l’abitudine di perdersi in mille rivoli e centinaia di parole non orientate al risultato.

Il *leader lean*, pertanto, è orientato alla crescita della sua organizzazione attraverso lo sviluppo delle persone e sa che ciò avviene non elargendo ordini a destra e a sinistra, non prescrivendo azioni che devono essere compiute acriticamente, ma chiedendosi giorno dopo giorno come supportarle “dal basso” e come guidarle verso le prestazioni più elevate. Questo è anche il motivo per cui il leader *lean* deve necessariamente presidiare il campo e verificare le abitudini reali in essere, i feedback da fornire per rimuovere gli ostacoli, le azioni da intraprendere per far crescere le competenze e rendere il gruppo sempre più efficace nel portare a termine significativi miglioramenti.

LE ABITUDINI SONO LA CHIAVE PER MIGLIORARE LA PRODUTTIVITÀ

Ma quali sono le abitudini chiave che possono



influenzare positivamente il comportamento individuale e l'andamento delle imprese? Possiamo parlare di abitudini a due livelli: a livello individuale e a livello aziendale. Abitudini chiave individuali possono essere: adottare un approccio strategico e non reattivo, ossia non reagire a tutti gli stimoli ma decidere autonomamente in che direzione andare; privilegiare l'iperproduttività all'iperattività, essere concentrati e non frammentati – ossia limitare le distrazioni indotte dalle innumerevoli interruzioni che costellano le nostre giornate di lavoro – abituarsi a programmare una partenza quotidiana focalizzata, canalizzare l'energia in maniera intenzionale e non casuale. A livello aziendale, invece, è fondamentale stabilire dei risultati e coinvolgere tutti, identificare comportamenti chiave, arricchire l'ambiente di segnali e conseguenze, misurare e condividere i progressi con presidio a cascata e, infine, revisionare il sistema.

UN'AZIENDA ECCELLENTE: IL CASO STREPARAVA

Nel corso della prima giornata di formazione, un caso pratico di applicazione efficace di questo sistema di lavoro è stato illustrato da **Paolo Streparava**, CEO di Streparava S.p.A., azienda tra i leader del settore della fornitura di prodotti per l'automotive e partner delle più importanti case produttrici per i componenti e i sistemi powertrain, driveline, sospensioni e sistemi motore. *“Oggi essere eccellenti in un'azienda – ha sottolineato Streparava – vuol dire trovare tutte quelle routine e tutte quelle buone pratiche da mettere in atto per*



garantire un futuro roseo all'azienda, parlando con il personale, capendo quali sono i problemi dell'azienda e affrontandoli tutti assieme con tematiche e modalità che sono proprio quelli dalla lean. Un domani, per essere flessibili e per competere su un mercato globale sempre più difficile non si può fare a meno di dotarsi di tutti questi strumenti, perché possono essere un vero e proprio motore di innovazione: innovazione nelle persone, nella tecnologia, nel modo di fare le cose, nei processi”.

Streparava ha raccontato alla platea di congressisti il percorso guidato dalla filosofia lean che ha portato la sua azienda a ottenere grandi risultati e a coniugarli con un clima di benessere e di fiducia in azienda: *“Abbiamo preso i valori aziendali, quelli stabiliti da mio nonno, i valori del fare, del volersi bene, dello stare in famiglia, e li abbiamo tradotti in comportamenti aziendali per creare delle abitudini che fossero una replica dei nostri valori. Ho deciso di iniziare a diffondere la lean in azienda: ci ho messo un anno a convincere il mio steering committee a fare questo viaggio con me, ma l'ho fatto perché sapevo che se l'avessi fatto da solo non sarei andato da nessuna parte.”*

INNOVARE PER CRESCERE

Nella seconda giornata di lavori è stato affrontato in maniera diretta il tema dell'innovazione all'interno dell'ecosistema digitale nel quale si muovono le aziende di oggi, partendo da un dato di fatto: il mondo sta cambiando velocemente ed



essere capaci di innovare rappresenta l'unica via per continuare a essere competitivi. Ma nonostante le buone intenzioni e la volontà di essere innovative, la maggioranza delle aziende non riesce a innovare veramente.

I motivi comunemente evidenziati sono tanti e diversi: mancanza di risorse, mancanza di creatività delle persone, rischio eccessivo, etc. Ma tutte queste motivazioni – ha sottolineato Attolico – se analizzate nel dettaglio e in maniera rigorosa, hanno due radici in comune: la mancanza di leadership e la mancanza di un sistema per generare continuamente e in maniera sostenibile innovazione.

La presenza di un leader forte, in grado di creare una visione condivisa del futuro, capace di tenere la barra dritta anche nei momenti di difficoltà, di “proteggere” il team dalle pressioni esterne che inevitabilmente caratterizzano i progetti d'innovazione, è fondamentale per far sì che le persone dispieghino le forze e l'impegno necessario a superare le difficoltà e i rischi tipici legati alla generazione di innovazioni ad alto impatto.

In caso contrario, anche i talenti migliori o il tempo dedicato all'innovazione diventano scarsamente produttivi, o meglio, il risultato sarà più simile a piccole innovazioni incrementali piuttosto che innovazioni ad alto impatto, in grado di rivoluzionare interi mercati creando nuovi settori. I leader, con la loro visione, costruiscono l'arena per

rilasciare il potere delle idee e trasformarle in azione.

Ma quali sono gli aspetti da considerare per aumentare la probabilità di generare innovazioni ad alto impatto? Quali gli errori evitare per massimizzare la produttività delle risorse riducendo al minimo gli sprechi? E come è possibile sfruttare al meglio le risorse esterne all'impresa? Saper rispondere a queste domande fa la differenza tra aziende che si limitano a migliorare incrementalmente prodotti e servizi, e aziende in grado di generare sistematicamente innovazioni ad alto impatto.

Saper generare costantemente proposte d'impatto focalizzate e differenzianti, in grado di farci percepire come unici sul mercato; capire come testare rapidamente le proposte d'impatto per raccogliere feedback utili a migliorarle; costruire un sistema di monitoraggio delle attività innovative che non penalizzi i progetti più rischiosi, ma che stimoli nelle persone lo spirito imprenditoriale. Sono alcuni degli ingredienti essenziali per creare un sistema che sia veramente in grado di generare continuamente innovazioni ad alto impatto.

“I grandi cambiamenti dell'era digitale portano i nostri clienti a cambiare il modo di esprimere le loro domande, e la stessa domanda sta cambiando – ha sottolineato Luciano Attolico. Per avere il cosiddetto “innovation mindset” bisogna imparare a capire la realtà e ad affrontarla con



strumenti diversi, bisogna aprirsi, essere curiosi e mettersi in testa che l'innovatore va a caccia di problemi da risolvere. Più problemi riusciremo a risolvere dentro e fuori le aziende più riusciremo a innovare noi stessi e magari anche qualcosa dei nostri clienti".

UN'ABITUDINE SU CUI LAVORARE: I MEETING ONE-TO-ONE

La sessione congressuale dedicata all'innovazione si è chiusa dapprima con la presentazione di un caso aziendale di successo – quello di Lucchini RS, illustrato da **Gianluca Losi** di Lenovys – e



successivamente con un laboratorio pratico in cui Luciano Attolico, nel corso di una sessione interattiva con la platea, ha analizzato le risposte che gli imprenditori presenti hanno fornito a un questionario volto ad analizzare alcune abitudini aziendali, come la capacità di lavorare ad alta concentrazione, impostare riunioni brevi, utilieproduttive, dare feedback in azienda e celebrare i successi, delegare e valorizzare i collaboratori.

Il "laboratorio delle abitudini", che ha chiuso la due-giorni di lavori, ha avuto l'obiettivo di individuare una nuova abitudine da poter immediatamente applicare in azienda e si è concentrato sull'importanza dei meeting one-to-one con i collaboratori: *"I momenti di confronto sono importanti – ha sottolineato Attolico – e gli imprenditori dovrebbero sempre prevedere degli incontri singoli con i loro primi livelli. Ma questi incontri devono prima di tutto essere produttivi: è quindi importante stabilire in anticipo il calendario degli incontri e definire prima dell'inizio della riunione il suo ordine del giorno e la sua durata"*.

APPUNTAMENTO A BRESCIA PER LE SESSIONI TECNICHE

Chiudendo i lavori congressuali, il presidente Ariotti ha anticipato che il format introdotto in occasione della 34° edizione del congresso di fonderia non resterà una scelta isolata, ma che Assofond proporrà anche in futuro a tutti gli associati occasioni di formazione e di confronto sulle tematiche che sono state affrontate in occasione del meeting di Catania: *"In questi due giorni abbiamo raccolto molti spunti di riflessione importanti, che devono farci riflettere per comprendere quanto anche attività quotidiane semplici possano essere decisive per migliorare la nostra competitività e in un mercato in grande trasformazione che presenta molti rischi ma anche altrettante opportunità.*

Desidero infine ringraziare tutti coloro che sono intervenuti, a partire naturalmente dalle numerose fonderie associate che hanno scelto di essere con noi a Catania: non dimentichiamo che il congresso di fonderia prosegue – ha concluso il presidente Ariotti – con le sessioni tecniche in programma a Brescia il 15 e 16 novembre, alle quali invito fin d'ora tutti a partecipare".



DOCUMENTI

- [PROGRAMMA 34° CONGRESSO ECONOMICO-POLITICO](#)
- [VIDEOINTERVISTE: ROBERTO ARIOTTI, LUCIANO ATTOLICO, PAOLO STREPARAVA](#)

SAVE the DATE

15|16 NOVEMBRE 2018

Museo Mille Miglia

S. Eufemia - Brescia

CONGRESSO TECNICO

- *la partecipazione è GRATUITA e ILLIMITATA per tutte le fonderie*

PER ACCEDERE ALLA PAGINA ISCRIZIONI:

[Iscrizione 34° Congresso tecnico](#)

PER VISUALIZZARE IL PROGRAMMA:

[Programma 34° Congresso tecnico](#)

DISPONIBILE IL PRIMO RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ DELL'INDUSTRIA DI FONDERIA ITALIANA

Assofond ha realizzato il primo Rapporto di Sostenibilità dell'industria di fonderia italiana. Il Rapporto di Sostenibilità è uno strumento molto utile a tutte le fonderie: il suo ruolo è quello di raccontare chi siamo, cosa facciamo e come agiamo per la crescita sostenibile del nostro Paese.

Perché la fonderia è la cerniera dell'industria. Perché la fonderia italiana è fatta di idee che rifondono idee.

Il Rapporto di Sostenibilità è disponibile per il download in digitale dal sito internet di Assofond e dal seguente [link](#). Presso la sede di Assofond sono disponibili anche numerose copie cartacee: per richiederne alcune è sufficiente scrivere a Laura Siliprandi (l.siliprandi@assofond.it).





Con il contributo di:



ASSOFOND C'È.

