SISTEMI & IMPRESA
Luglio/Agosto 2013
Diffusione: 7.500

Processi di progettazione innovativi: anima del prodotto di domani

I segreti delle eccellenze manifatturiere italiane

di Luca Papperini

Quali le variabili che governano l'innovazione di un prodotto/processo? Quali i limiti degli attuali sistemi di progettazione?
Come può la maggior pervasività dell'ICT supportare nello sviluppo di prodotti migliori?
Abbandonato definitivamente lo status di puro manufatto, il prodotto di oggi si è trasformato prima in un servizio e poi in una vera e propria esperienza. Esperienze diverse possono procurare percezioni diverse di uno stesso prodotto. Per questo oggi è diventato tanto più importante il contenitore del contenuto. Non per tutti però.
Questo dossier si pone l'obiettivo di raccontare ai lettori storie di aziende che hanno fatto dell'ingegneria di processo la loro mission con l'obiettivo di bruciare la concorrenza sul time to market e sull'innovazione radicale di prodotto.
Nel moderno contesto economico, sociale e produttivo, la principale variabile che governa il processo di innovazione di una azienda è la velocità.

Dalla Concept Phase al Pilota: al via le fasi di progettazione

"La velocità nel fornire al cliente soluzioni innovative è un fattore determinante per garantire la continuità e il successo di un'azienda – spiega Paolo Golfetto, Business Development Director di Stevanato Group –, ed è una variabile che interessa tutte le fasi di produzione del valore: dall'ideazione, all'industrializzazione, all'immissione nel mercato".
Ad intervenire nel presidio dei processi di progettazione vi sono poi anche altre variabili, dice Golfetto: nell'ambito in cui opera il Gruppo (primary pakaging farmaceutico per iniettabili), il processo di innovazione di un prodotto deve adattarsi alle esigenze dei nuovi farmaci in sviluppo, per esempio.

Paolo Golfetto
Business Development Director
Stevanato Group

In Stevanato Group i sistemi di progettazione sono estremamente potenti e versatili; lavorando in ambito farmaceutico, rigorose procedure di progettazione e convalida (dal 'Design Review' alla 'Performance Qualification') consentono all'azienda di mantenere sotto controllo lo sviluppo dei prodotti. Durante la fase di progettazione e sviluppo, Stevanato Group applica rigorose procedure in conformità agli standard internazionali applicabili. Ogni prodotto prende vita seguendo un preciso iter che ha sempre inizio da una Concept Phase. Si passa poi alla fase di Design e di Sviluppo.

Stevanato Group

Anno di fondazione: 1949, nasce come laboratorio artigianale di lavorazione del vetro
Produzione: tubofiale per insulina; contenitori in vetro per uso farmaceutico (fiale, flaconi, tubofiale e siringhe)
Dipendenti: 1.500
Incremento del fatturato annuo: 12%
Ricerca e Sviluppo: investito il 3,9% del fatturato
Stabilimenti produttivi: Repubblica Slovacca e Messico
www.stevanatogroup.com

L'elevato standard qualitativo e innovativo dei prodotti richiede un ulteriore fase che viene chiamata 'gestione dei nuovi materiali'. Conclusa questa si passa al testing, fase che si chiude con la produzione di prodotti 'pilota': se questi superano la fase di validazione lo stabilimento è pronto per dare il via ai processi produttivi.
Descritto in poche righe, il processo sembra lineare. Ma cosa si nasconde dietro l'apparente semplicità di questi step?
Il cuore di un nuovo prodotto, la sua anima più vera, è legata soprattutto ai processi di collaborazione che hanno portato gli sviluppatori a scambiarsi idee, progetti e dati. Per raggiungere questo obiettivo Stevanato Group gestisce l'intero processo collaborativo attraverso strumenti IT a tutela del patrimonio di conoscenze aziendali.
"Credo che ogni organizzazione – commenta Nicola Gianese, Organization & ICT Director – debba inserire come punto nevralgico di miglioramento non solo la condivisione della conoscenza, ma il processo di trasferimento della stessa. Il nostro Gruppo ha avviato progetti di Knowledge

a cura di BABOL communication

management mirati all'utilizzo di piattaforme tecnologiche ideate a questi scopi. I benefici, diretti e indotti, sono stati chiari fin da subito".

Approccio lean e packaging eco-compatibile

Alle fasi di progettazione di un prodotto, che si svolgono negli uffici, seguono quelle di produzione negli stabilimenti.
Ottimizzare un processo di produzione è un'attività complessa. Per raggiungere questo obiettivo è opportuno attingere a un bacino di strumenti trasversali a funzioni e dipartimenti. Il segreto è osservare un mix di best practice. Una di queste è il Lean Manufacturing.
Ne sa qualcosa Pedon, azienda leader nel settore alimentare, conosciuta per l'ampia gamma di prodotti quali: legumi e cereali sia convenzionali sia biologici, preparati per dolci e prodotti da forno, alimenti senza glutine, funghi secchi.

Luca Zocca
Marketing Manager
Pedon

Entro l'anno l'azienda avvierà un progetto di Lean Manufacturing volto a mappare i flussi produttivi con conseguente evidenza delle inefficienze, dei costi emergenti e sommersi e dei lead time dei processi.
"Un gruppo di lavoro plurisettoriale lavorerà coadiuvato da un consulente esterno per definire un nuovo assetto produttivo, di processo, e impiantistico – ci spiega Luca Zocca, Marketing Manager –. Reputiamo che una filosofia e un approccio *lean* siano condizioni indispensabili per rimanere competitivi, eccellere rispetto ai diretti competitor e sviluppare delle economie di scala significative".
L'ottimizzazione delle performance nei cicli produttivi è solo il prerequisito per fare un prodotto innovativo. "Nel settore alimentare è indispensabile tenere in considerazione altre componenti per innovare, come la fruibilità e la versatilità del prodotto, la ricettistica in linea con claim salutistici in risposta ai gusti dei consumatori in differenti mercati, i packaging eco-compatibili con shelf life prolungate e garanzie etiche di prodotto" avverte Zocca.
La progettazione di un prodotto a marchio Pedon nasce da una matrice che interseca l'offerta presente sul mercato, le nuove richieste e i prodotti in portafoglio. Sviluppando poi nuove formulazioni si arriva a individuare la composizione del prodotto ideale tramite panel test. Contestualmente si vanno a considerare gli aspetti di packaging primario e secondario che possano conciliare i plus di prodotto con gli aspetti grafici, comunicativi e di servizio. "Come Pedon abbiamo 3000 referenze con oltre 100 linee a marchio dell'insegna a cui trasmettiamo quegli elementi innovativi che sviluppiamo per i nostri prodotti" sottolinea Zocca.

Ci sono però dei vincoli nell'attività di innovazione: questi sono legati principalmente alla Ricerca e Sviluppo e all'industrializzazione del prodotto. Pensare a prodotti innovativi, solo in termini di packaging ad esempio, comporta la revisione del flusso produttivo e la configurazione degli impianti con la necessità di adattamenti e automatismi in alcuni casi non trascurabili in termini di investimenti richiesti.

Pedon

Fatturato 2012: 71 milioni di Euro
Previsione 2013: 80 milioni di Euro
Dipendenti: 600
Stabilimenti: Italia, Cina, Etiopia, Argentina
Export: 40%
Linee prodotti: oltre 100 a marchio privato
www.pedon.it

Ascoltare le proprie emozioni

Spostare una pedina sulla scacchiera dei processi comporta spesso un aumento dei costi, elemento deputato a pesare non poco sulla pianificazione di un processo di progettazione innovativo.
"La necessità di ridurre i costi è una delle variabili che liberano risorse da investire nell'ingegnerizzazione di un processo innovativo" spiega Dario Borin, Amministratore delegato di Saluterbe-Sapo'.
Secondo la visione dell'azienda cosmetica, per attivare un percorso di progettazione di un nuovo prodotto è opportuno il continuo monitoraggio della domanda di mercato e delle possibilità offerte dall'innovazione tecnologica.
"A parte ciò – commenta Borin – non va mai dimenticato che l'innovazione di prodotto non può prescindere dalla sensibilità e dalla creatività di colui che ne è preposto. Ogni prodotto non vive al di fuori della filosofia dell'azienda né al di fuori dei valori guida dell'imprenditore; anzi, per essere un prodotto di successo, deve diventare vettore di quelle emozioni ed esperienze che ne hanno ispirato la nascita e l'introduzione sul mercato".

Dario Borin
Amministratore delegato
Saluterbe-Sapo'

Sapo' ha deciso di introdurre sistemi innovativi di volta all'avanguardia per lanciare nuove linee di prodotti, con l'assenza totale di test sugli animali ed una produzione artigianale di stampo familiare. Saluterbe produce da tre generazioni prodotti cosmetici a base completamente naturale, attraverso procedimenti artigianali, frutto di lavorazioni non testate sugli animali; con in-

a cura di BABOL communication

Saluterbe Sapo'

Anno di fondazione: 1974
Linee prodotti: dermocosmesi, massaggi, latti idratanti, detergenti, saponi, sali e sfere, profumi, idee regalo
Handmade: prodotti fatti e confezionati a mano
Vision: "Rispettare la natura e il proprio corpo significa rispettare l'essere umano"
Against animal testing: l'azienda si impegna a non testare i suoi prodotti sugli animali
Sede: Jesolo Lido
www.sapo-online.it

gredienti biodegradabili e non inquinanti; oli, estratti e frutta fresca provenienti da agricoltura biologica.
Un ulteriore vanto del Laboratorio Cosmetico Sapo' è stata la scelta di non utilizzare tensioattivi chimici, quali il Sodium Lauryl Sulfate (SLS) e derivati, potenzialmente irritanti per la pelle e dannosi per l'ambiente. Anche il packaging della creazioni Sapo' è ad impatto zero: essenziale, riciclato e riciclabile per limitare e contrastare i fenomeni di inquinamento ambientale. Una delle prossime innovazioni in cantiere riguarderà proprio il packaging: il nuovo sistema 'airless pump' permetterà di ricavare da ogni singola confezione anche l'ultimo grammo di prodotto, limitandone al massimo la dispersione.
Innovare – aggiunge Borin – non significa solo fare affidamento alle potenzialità della tecnologia.
"Progettare processi innovativi significa talvolta accantonare la fredda metodologia che non potrà mai sostituire l'intuito e il 'sentiment' imprenditoriale di chi guida l'azienda" sottolinea il titolare. "Pensare di applicare alle micro imprese le tecniche e i metodi scientifici di successo nelle grandi aziende porta al fallimento. Ciò nonostante, anche il più lungimirante imprenditore deve seguire il buon senso applicando alcune regole come la cura per il magazzino, la segmentazione dei prodotti in macro famiglie e la semplificazione del listino".

Ad ogni contenuto il suo contenitore

Innovare non è certo la risposta migliore al contenimento dei costi. Tuttavia, grazie al lavoro di ricerca e sviluppo, è possibile adottare soluzioni tecnologiche all'avanguardia che nel medio-lungo periodo consentiranno al prodotto di essere competitivo rispetto alla concorrenza.
"Nella nostra realtà – spiega Andrea Manzoni, responsabile ufficio tecnico, Salco – diventa importante la sostenibilità economica del progetto. Purtroppo il valore dell'innovazione spesso non è percepito dal cliente, che tende a considerare la progettazione come un servizio accessorio al prodotto finito. Le risorse impiegate per la realizzazione di un progetto sono quindi erogate in funzione del valore finale della commessa".

Andrea Manzoni
responsabile ufficio tecnico
Salco

Nata nel 1967 a Zero Branco, in provincia di Treviso, Salco si occupava in origine della produzione e del montaggio di alveari in cartone per i produttori di imballaggi per le bottiglie di vino. Grazie all'esperienza maturata negli anni di attività, Salco ha iniziato a produrre direttamente imballaggi per le aziende e oggi è presente sul territorio con un sito produttivo di 12.000 metri quadrati coperti, suddivisi tra unità di produzione e magazzini per il supporto logistico integrato. Salco S.p.A. è socio fondatrice di CIS (consorzio italiano scatolifici) ente il cui obiettivo è promuovere iniziative di settore e tutelare gli interessi delle aziende trasformatrici di imballaggi in cartone ondulato in Italia. Poiché la progettazione nel settore imballaggi è relativamente semplice, e caratterizzata da fasi molto veloci, non si avvertono particolari criticità nei sistemi e negli strumenti utilizzati dai progettisti. "Gli unici limiti – commenta Manzoni – si scontrano con la creatività del singolo progettista e con la sua esperienza, visto che non esistono scuole di formazione specifiche".
La prima fase di progettazione di un packaging consiste nella raccolta dei dati ed esigenze del cliente. Da qui si passa allo studio di fattibilità (scelta dei materiali, tipologia di prodotto, tipi di lavorazioni), per poi sviluppare la progettazione vera e propria. Successivamente si realizza un prototipo che avrà le stesse caratteristiche meccaniche e dimensionali del prodotto finito, da presentare al cliente per ottenerne la validazione.
La creatività di un progettista oggi si misura dalla capacità di far confluire le esigenze del cliente con le esigenze produttive. Conoscere a fondo le procedure e le fasi di lavorazione, creare efficienti canali di comunicazione e un buon rapporto di collaborazione tra il sistema produttivo e la progettazione si rivela necessario. Un meccanismo che, se applicato alla perfezione, evita gli sprechi riducendo i costi.

Salco

Fatturato: 7.600.00 Euro
Dipendenti: 27
Produzione: 14 milioni metri quadri/anno
Prodotti: scatole americane e aperte; scatole fustellate; imballi fustellati e sagomati, lavorazioni in cartone, stampa dell'imballo, impieghi del fustellato
Linee di produzione: 4
www.salco.it

a cura di BABOL communication