

La servitizzazione nel *machinery*

Gian Paolo Crasta

Direttore Esecutivo



SETTORI



macchinari per ceramica



macchinari per plastica e gomma



macchinari per packaging

I NUMERI DEI SETTORI

ACIMAC, AMAPLAST & UCIMA

Fatturato 2022	Occupati	N° aziende	Export	Preconsuntivo 2023	Var% 23/22
15,2 mld €	59.525	1.150	75,0%	15,8 mld €	+4,2%



Fatturato 2022: **2,4 mld €**
 Occupati: **7.325**
 Export: **72,1%**

Var% 22/21: **+14,9%**

Preconsuntivo 2023: **-4,2%**



Fatturato 2022: **4,4 mld €**
 Occupati: **14.447**
 Export: **72,7%**

Var% 22/21: **+8,1%**

Preconsuntivo 2023: **+3,2%**



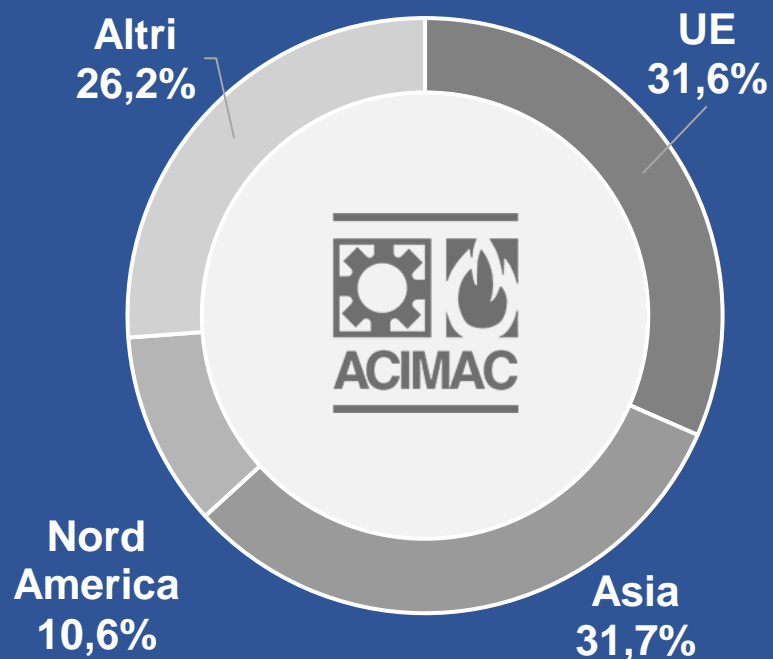
Fatturato 2022: **8,5 mld €**
 Occupati: **37.753**
 Export: **77%**

Var% 22/21: **+3,6%**

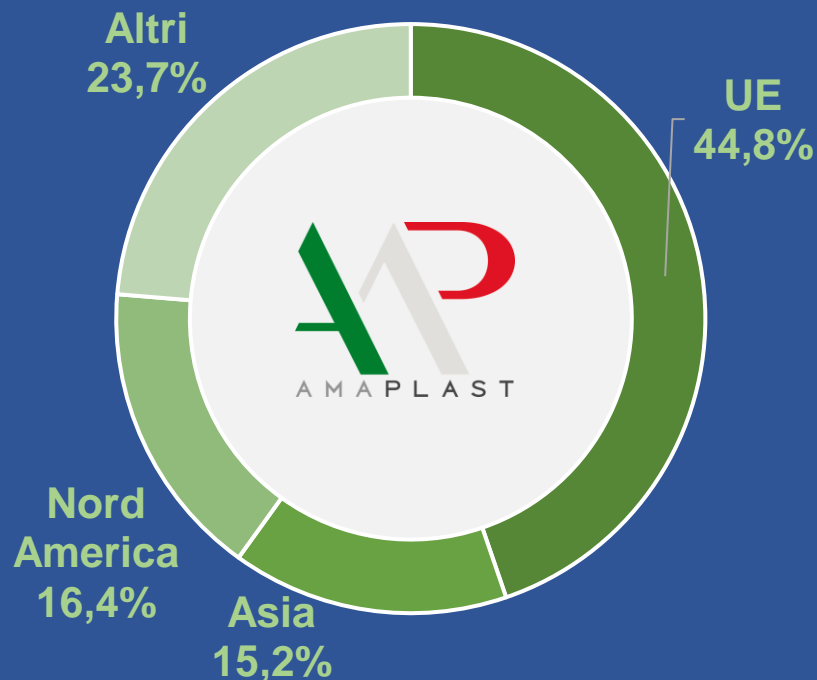
Preconsuntivo 2023: **+6,0%**

I NUMERI DEI SETTORI

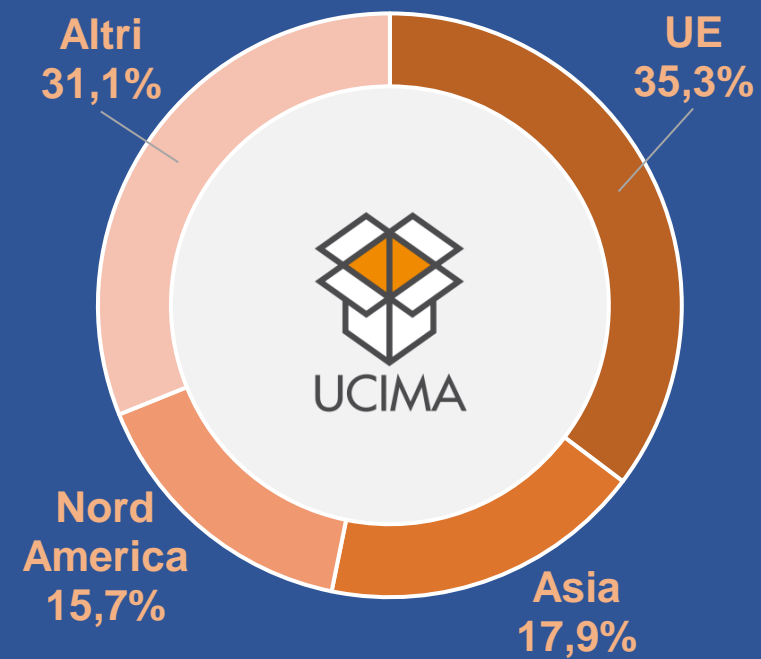
Export 2022: 1,4 mld €



Export 2022: 3,2 mld €



Export 2022: 6,6 mld €



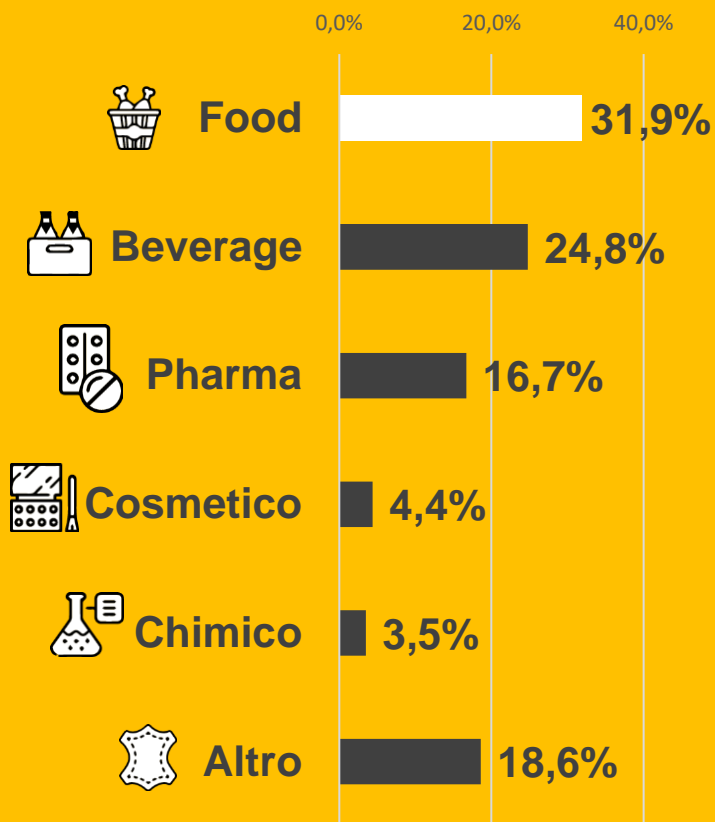
Focus Packaging: consuntivo e previsioni



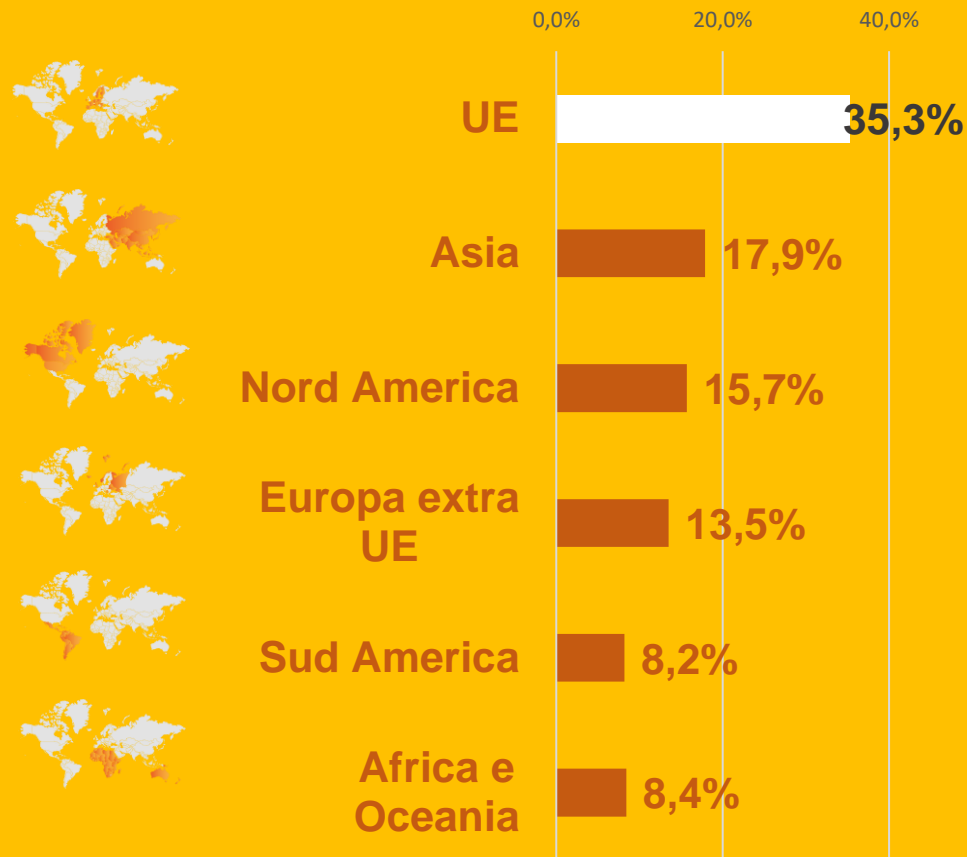
MACCHINE PACKAGING

Valore totale 2022: 8,5 miliardi

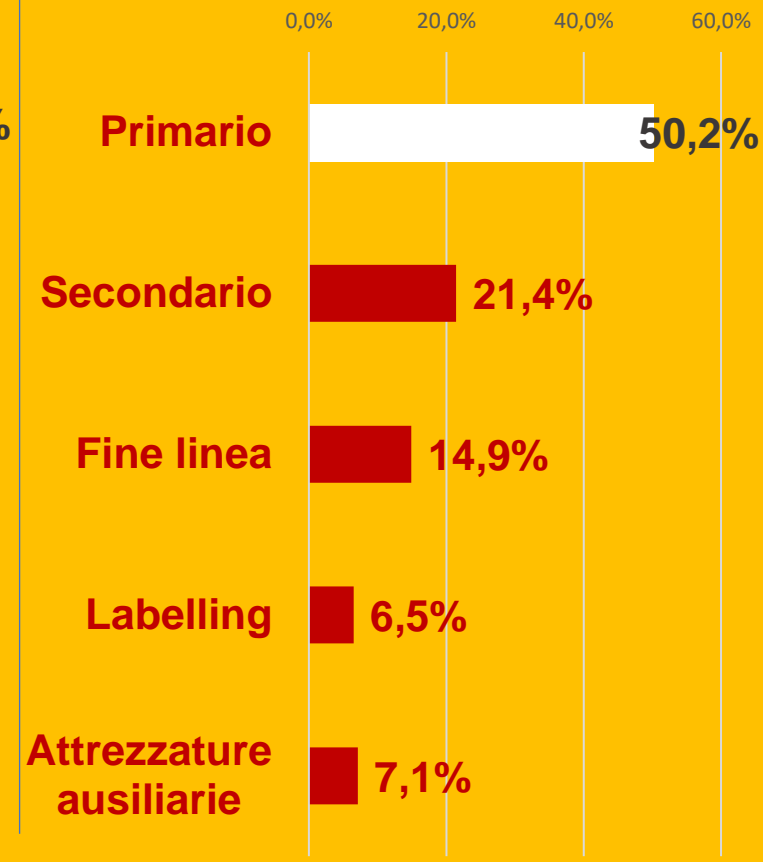
Quote % settori clienti



Quote % aree export



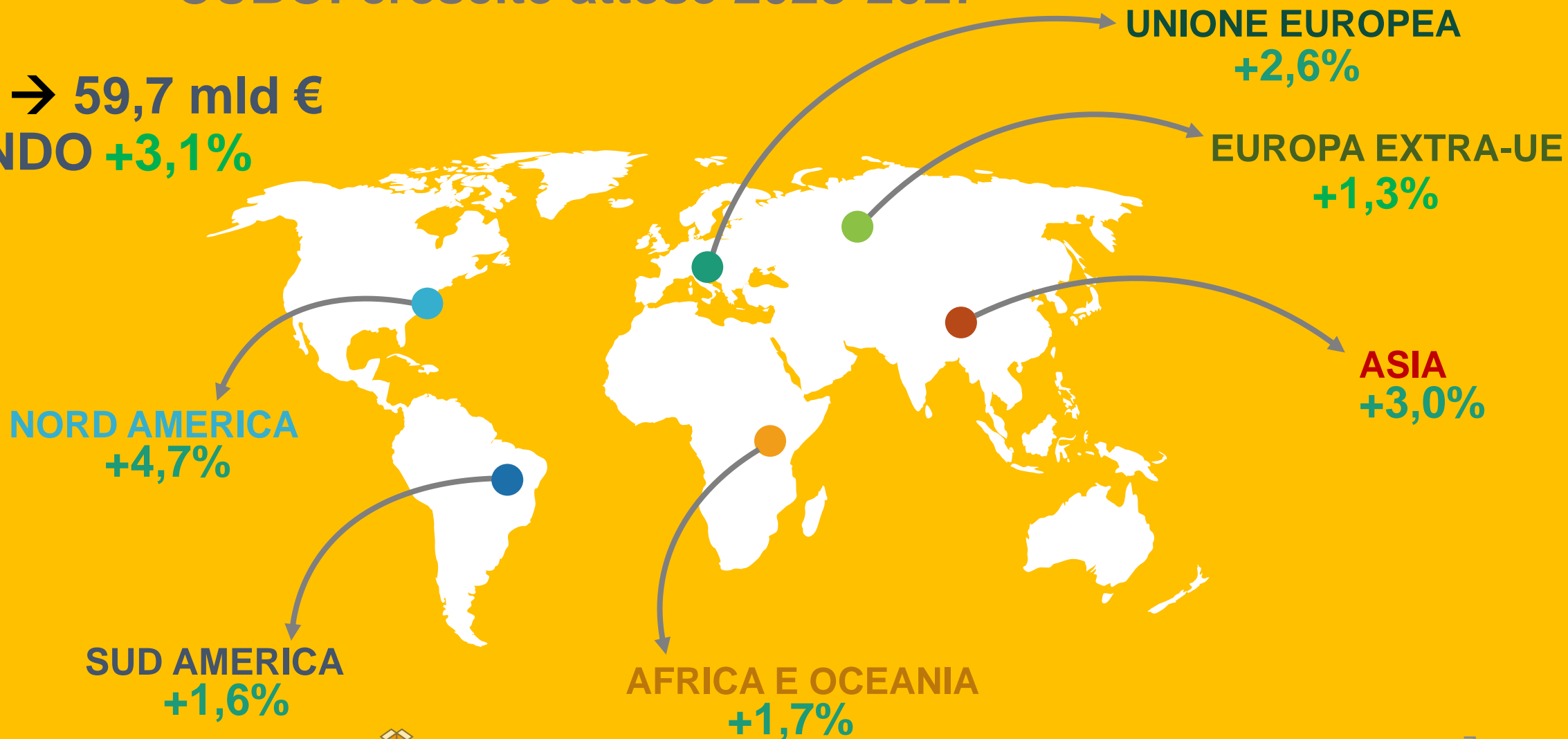
Quote % tecnologie



PREVISIONI MACCHINE PACKAGING

CUBO: crescite attese 2023-2027

51,1 → 59,7 mld €
MONDO +3,1%



Servitizzazione, questa sconosciuta

DIGITAL TRANSFORMATION: 6 DIMENSIONI TECNOLOGICHE CHIAVE

Le forze che plasmeranno il futuro della manifattura

SMART MANUFACTURING

Nuovi paradigmi di
produzione

ARTIFICIAL INTELLIGENCE (A.I.)

I.I.O.T., machine
learning, big data

ADDITIVE MANUFACTURING

Nuovi modelli di design
e progettazione

AUTOMAZIONE E ROBOTICA

fattore chiave della
smart manufacturing

DIGITAL TWINS E REALTA' AUMENTATA

elemento chiave per
ottimizzare i processi

MATERIALI INNOVATIVI

compositi e
nanomateriali sempre
più diffusi

QUALITA' E CONCEPT DI PRODOTTO



Dai prodotti agli smart product

MONITORAGGIO

permette di **controllare il funzionamento del prodotto in realtime** da remoto, e quindi di intervenire tempestivamente in caso di malfunzionamenti

CONTROLLO

Basato sui dati rilevati e accumulati nel tempo consente di effettuare un troubleshooting basato su dati reali e di **aggiornare il prodotto in modo da adeguarlo il più possibile alla realtà operativa**

AUTONOMIA

Il prodotto è **capace di adeguare il proprio funzionamento automaticamente** in base all'evoluzione delle condizioni e dei parametri ambientali rilevati

MANUTENZIONE

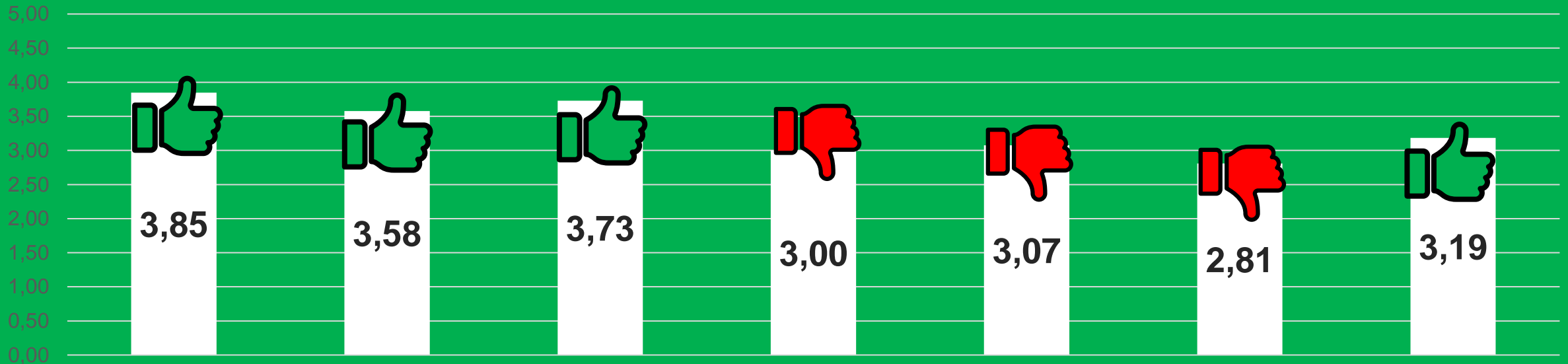
Big data+AI+ML = analisi dei dati storici per **prevedere possibili guasti e programmare la manutenzione**

SERVITIZZAZIONE: A CHE PUNTO SIAMO?



SERVITIZZAZIONE: A CHE PUNTO SIAMO?

In che misura sei d'accordo con le seguenti informazioni:



Abbiamo definito una strategia e degli obiettivi di crescita per il business dei servizi

Abbiamo definito una strategia di crescita dei servizi digitali

Il fatturato del nostro business dei servizi aumenterà in futuro

Abbiamo definito uno o più ruoli dedicati e responsabilità specifiche per il marketing, la comunicazione ed il business development dei servizi

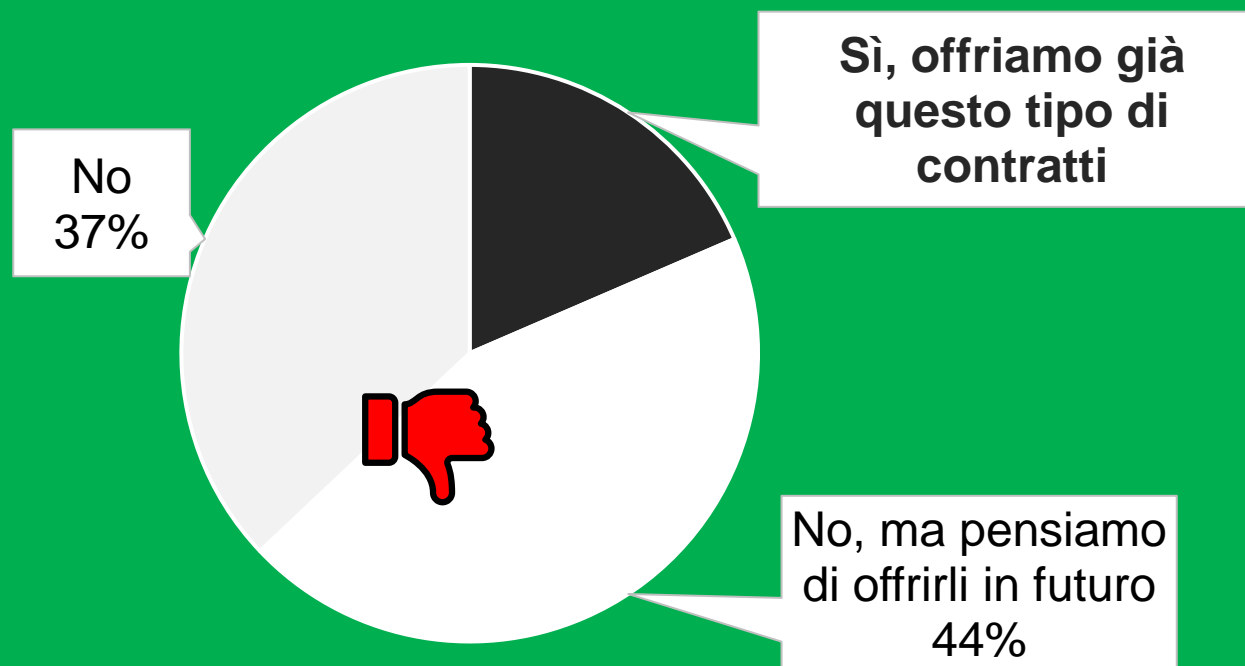
Abbiamo definito uno o più ruoli dedicati e responsabilità specifiche per lo sviluppo di nuovi servizi

Abbiamo un budget definito per lo sviluppo di nuovi servizi

L'offerta di servizi in particolare a base digitale, è vista come un modo esplicito per incrementare la sostenibilità ambientale

SERVITIZZAZIONE: A CHE PUNTO SIAMO?

La tua azienda offre contratti as-a-service (es. noleggio, pay-per-use, pay per performance)?



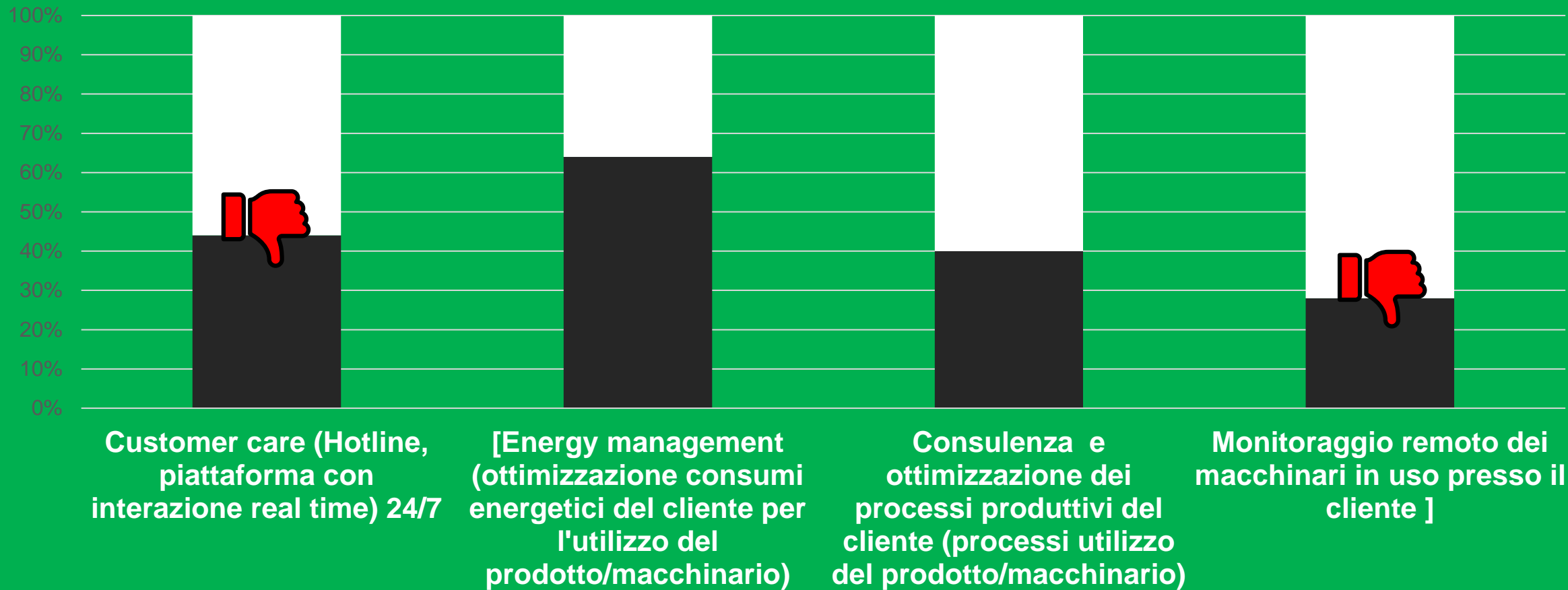
SERVITIZZAZIONE: A CHE PUNTO SIAMO?

Quali dei seguenti servizi di supporto all'acquisto e all'avviamento sono offerti dalla tua azienda?



SERVITIZZAZIONE: A CHE PUNTO SIAMO?

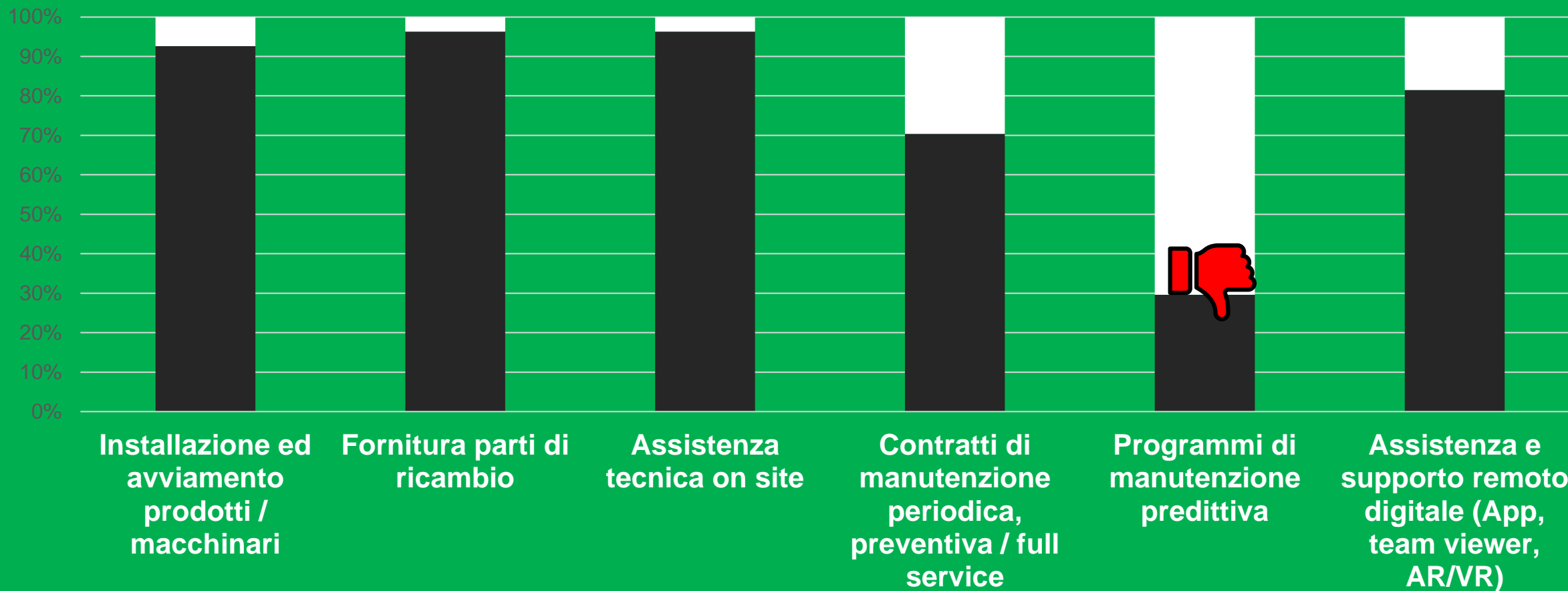
Quali dei seguenti servizi a supporto del cliente sono offerti dalla tua azienda?



■ Sì ■ No

SERVITIZZAZIONE: A CHE PUNTO SIAMO?

Quali dei seguenti servizi a supporto della manutenzione e durante l'utilizzo, sono offerti dalla tua azienda?



SERVITIZZAZIONE: A CHE PUNTO SIAMO?

Quali dei seguenti servizi a supporto del fine vita sono offerti dalla tua azienda?



SPUNTI DI RIFLESSIONE?

- ❑ **cambiano i paradigmi di consumo:** cala il possesso, cresce l'utilizzo
- ❑ **il cambiamento deve interessare tutta l'azienda,** anche le strategie e i modelli commerciali di vendita;
- ❑ **quale sostenibilità finanziaria: chi finanzia il working capital?**

IL RUOLO DELL'ASSOCIAZIONE

- EVENTI E CONVEGNI PUBBLICI**
- GRUPPI DI LAVORO OEM – PRODUTTORI DI AUTOMAZIONE**
- PROGETTO SERVITISATION**
- PROGETTO IA**
- CORSI DI FORMAZIONE**

IL RUOLO DELL'ASSOCIAZIONE

CORSI 2023 – 2024 | AREA SERVICE/SERVITIZATION

□ IL VENDITORE MASCHERATO

Per **sviluppare le abilità** relazionali e commerciali del personale tecnico

□ I SERVIZI: COME IMPLEMENTARE IL BUSINESS (WORKSHOP)

Per **elaborare nuovi modelli** di business attraverso un laboratorio interattivo

□ PROGETTARE I SERVIZI

Per **apprendere i concetti, gli strumenti e i metodi** utilizzati nel service design

□ GESTIRE I SERVIZI

Per **apprendere i fondamenti** per la gestione e l'ottimizzazione dei servizi attraverso lezioni ed esercitazioni interattive

□ CONTROLLARE I SERVIZI (WORKSHOP)

Per **comprendere l'importanza** del controllo delle prestazioni, dei costi e della qualità del servizio



Grazie per l'attenzione



Gian Paolo Crasta

Direttore Esecutivo

g.crasta@ucima.it