



INNOVAZIONE

Il volto hi-tech della meccanica

Luca Orlando ▶ pagina 9

Innovazione. Assolombarda lancia #ItaliaMeccatronica, progetto per riposizionare il comparto

Il volto hi-tech della meccanica

Eventi, ricerche e spot tv per raccontare un'area chiave del Paese

GLI OBIETTIVI

Andreis (Assolombarda):
«Emergeranno le competenze tecnologiche delle imprese»
Franchi (Federmeccanica):
«Fabbrica, luogo di valori»

LOMBARDIA



■ Pesante, sporco, poco retribuito e qualificato. Nell'immaginario collettivo è la percezione più diffusa del comparto metalmeccanico, definito più frequentemente con i termini "fabbrica", oppure "operaio" o ancora "ferro" e "catena di montaggio".

I risultati della ricerca di Assolombarda-Confindustria Milano Monza e Brianza confermano in modo oggettivo le sensazioni più diffuse ma rappresentano solo il punto di partenza di un percorso più ampio, teso a ribaltare queste percezioni, soprattutto tra i giovani. Compito non banale e tuttavia strategico, perché riguarda un macro-comparto forte di 200 miliardi di export, 1,6 milioni di addetti e capace di generare dosi robuste (80%) di produzioni a medio-alta tecnologia.

Il progetto #ItaliaMeccatronica ha l'obiettivo di riposizionare il comparto, attraverso una serie di

iniziative in grado di evidenziare ciò che di tecnologico e di "bello" vi è nel settore. «Finora - spiega il presidente del gruppo Meccatronica di Assolombarda Diego Andreis - non siamo stati capaci di raccontare al meglio la nostra storia e spiegare dove stiamo andando. L'immagine percepita non rispecchia il valore del settore e l'evoluzione in un'area cruciale per la competitività del Paese. Con questo piano di portata triennale, anche attraverso le partnership che abbiamo attivato, vogliamo fare emergere le competenze delle imprese e le opportunità che offriamo ai giovani».

L'uomo, l'impresa, l'ingegno e l'universo di riferimento sono i pilastri della nuova narrazione, che si snoderà attraverso più iniziative, a partire da un sito internet e un nuovo logo, un mix di ingranaggi e connettività che sintetizza i percorsi hi-tech delle aziende.

All'iniziativa "Qui si Fabbrica" di Assolombarda si aggiunge una sessione ad hoc di Orienta giovani dedicata alla meccatronica mentre l'analisi quali-quantitativa dell'universo di riferimento (16mila le aziende locali del comparto, il 10% dell'intero Paese) si concretizzerà a inizio 2018 con il Rapporto di Comunità Meccatronics

di Assolombarda.

L'investimento in termini di immagine è però più ampio, e prevede anche uno spot realizzato in collaborazione con la fondazione Pubblicità Progresso: «C'è un gap da colmare nel racconto di questo settore - spiega il presidente Alberto Contri - e noi abbiamo accettato la sfida». «Passaggi» televisiva cui si aggiunge uno spettacolo teatrale (L'importanza di chiamarsi Meccatronici), ieri rappresentato al Piccolo di Milano, un modo per utilizzare i linguaggi della scrittura (con brani di Levi e Saramago), della danza e della recitazione provando ad incuriosire e avvicinare a questo mondo soprattutto i giovani.

«Rispetto alla fabbrica - spiega il direttore generale di Federmeccanica Stefano Franchi - ci sono ancora troppi stereotipi negativi. E invece occorre spiegare che si tratta non solo di un luogo che produce valore, grazie a competenze e tecnologia. Ma anche "valori", come inclusione, responsabilità, coinvolgimento. Le fabbriche sono in fondo anche il luogo del "bello", nostro compito è farlo capire, aiutare a diffondere una cultura nuova e positiva».

L.Or.

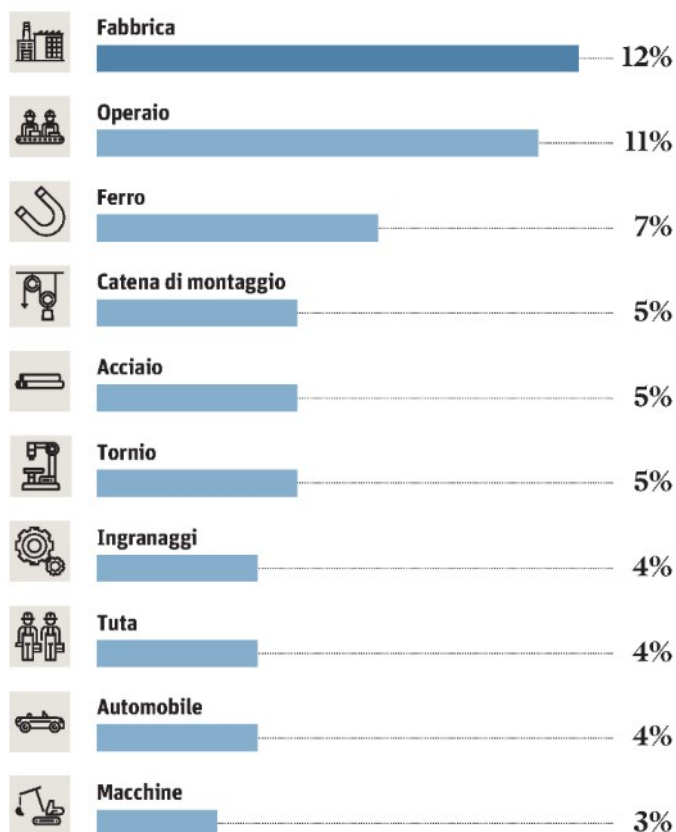
© RIPRODUZIONE RISERVATA



La percezione del comparto

Le parole che vengono associate a metalmeccanica.

Dati in percentuale sul totale



Fonte: Ricerca Assolombarda