

Comunicato stampa

28 gennaio 2021

Conoscenza, utilizzo e sviluppi futuri delle tecnologie AM nel sistema manifatturiero italiano

Ufficio Stampa
Daniela Calvenzani
Ambra Fredella
Tel. +39 02 88 07 78.1

daniela.calvenzani@italy.messefrankfurt.com
ambra.fredella@italy.messefrankfurt.com

www.spsitalia.it

Lo stato dell'arte di una tecnologia fondamentale per la digitalizzazione. L'additive manufacturing è stata al centro del primo evento digitale 2021 organizzato da SPS Italia e tornerà come focus in fiera a Parma.

Le tecnologie additive si stanno diffondendo su larga scala e rappresenteranno presto una rivoluzione nel manifatturiero. Sono smart, si inseriscono nel contesto 4.0 e vengono riconosciute come abilitanti per l'industria del futuro, parte integrante del processo produttivo, complementari alle altre soluzioni per la fabbrica intelligente. Sono il punto di svolta per tre delle principali sfide in ambito industriale: digitalizzazione, sostenibilità e personalizzazione. Permettono di accorciare il time to-market e favoriscono la risoluzione dei problemi nella supply chain.

Per approfondire il grado di diffusione di queste tecnologie nel sistema manifatturiero italiano, SPS Italia ha promosso lo studio **“Conoscenza, uso e sviluppi futuri delle tecnologie additive”** realizzato con i partner Politecnico di Milano/MADE, Politecnico di Torino/ +CIM4.0, Università degli Studi di Pavia e Porsche Consulting, e presentato in occasione del primo evento digitale del 2021 sulla piattaforma Contact Place. L'evento ha ospitato inoltre una tavola rotonda di confronto tra le più autorevoli aziende del settore: Aidro Hydraulics & 3D Printing, Avio Aereo, Camozzi Machine Tools, EOS, HP - 3D Printing e Stratasys Italia.

“L'Additive Manufacturing abilita una completa digitalizzazione del processo manifatturiero. Per questo abbiamo scelto di realizzare uno studio per comprenderne la diffusione e parlare ancora una volta di competenze. SPS Italia continuerà a fare cultura e creare opportunità di relazione attorno a queste tecnologie, la cui applicazione contribuirà significativamente al progresso futuro delle nostre imprese anche in termini di sostenibilità.” Francesca Selva, Vice President Marketing & Events Messe Frankfurt Italia.

L'indagine

L'indagine “Conoscenza, uso e sviluppi futuri delle tecnologie additive” è stata svolta su un campione significativo di aziende composto da fornitori di tecnologie AM/costruttori di stampanti, utilizzatori di tecnologie AM, aziende che non hanno ancora adottato tecnologie AM, e ha consentito di delineare un quadro generale sullo stato dell'arte e gli sviluppi futuri dell'AM all'interno del sistema manifatturiero italiano, che

sempre di più ha bisogno di integrare tecnologie, processi e modelli di business per innovare in modo significativo le operazioni delle imprese. I risultati sono stati presentati seguendo i diversi ambiti di analisi dello studio: grado di conoscenza, competenze, ROI e grado di diffusione/approccio all'adozione delle tecnologie additive.

Grado di conoscenza

“Dall'analisi dei risultati si conferma il consolidato ruolo di alcune tecnologie (estrusione e letto di polvere) e alcune classi di materiali (polimeri e metalli) come tecnologie dominanti sulla scena al momento, per prototipazione e produzione di piccola serie. Risulta anche evidente la necessità di trarre vantaggio dalle tecnologie additive partendo da un re-design del prodotto. In termini di attesa su tecnologie future, il material jetting sembra dominare l'interesse al momento.” Bianca Maria Colosimo, Professoressa Dipartimento di Ingegneria Meccanica Politecnico di Milano - MADE Competence Center I4.0.

Grado di diffusione/approccio all'adozione delle tecnologie additive

“L'additive manufacturing è un mercato in forte crescita, che si stima supererà a i 27 miliardi di dollari nel 2023. Il punto di svolta si avrà quando diventerà una tecnologia da grande scala, sostituendo le tecniche tradizionali e generando nuovi business model. Dall'osservatorio emerge un forte potenziale di medio termine di questa tecnologia, frenato talvolta dalla mancanza di competenze interne e dagli alti investimenti percepiti per l'implementazione. Spinta all'innovazione e volontà di superare i vincoli produttivi sono i principali driver di chi ha già sperimentato con successo una tecnologia che, nell'80% dei casi, ha soddisfatto e superato le aspettative. I potenziali di questa tecnologia impattano diverse fasi della catena del valore, dalla ricerca e sviluppo fino all'after-sales, passando per la produzione. La sfida per le imprese è saper guardare avanti immaginando i possibili scenari evolutivi del proprio settore, avviando allo stesso tempo un percorso sperimentale che sia scalabile e sostenibile. Vincerà chi, grazie a un approccio strategico, trasformerà l'additive manufacturing in una leva di vantaggio competitivo.” Giovanni Notarnicola, Associate Partner Porsche Consulting.

Competenze

“Le principali competenze che mancano nelle aziende per l'adozione dell'AM sono nell'ordine le conoscenze approfondite dei processi, le competenze sul design for AM e le conoscenze sulle metodologie di post-processo e di finitura. Per quanto attiene ai servizi destinati a favorire l'adozione dell'AM nelle imprese è il training on the job per la formazione del personale all'interno di laboratori dedicati quella considerata più strategica seguita dalla consulenza per la tecnologia da adottare e dalla consulenza su design & engineering per l'AM. Le competenze da sviluppare per poter utilizzare in modo efficiente le tecnologie di AM coincidono con le competenze considerate mancanti. Le risposte all'ultima domanda relativa alla diffusione dimostrano chiaramente che l'AM è reputato in forte espansione in tutti i settori industriali e non, con particolare riguardo ai settori aerospaziale, automotive e medicale.” Luca Iuliano, Presidente Competence Center

CIM4.0 - Direttore del Centro Interdipartimentale di Integrated Additive Manufacturing (IAM@PoliTo) del Politecnico di Torino.

ROI

“La Manifattura Additiva è una tecnologia sufficiente diffusa ed apprezzata nella sua capacità di fornire un importante valore aggiunto in termini di riduzione sui tempi di progettazione e produzione. Esiste ancora una limitata percezione sull’impatto in termini di riprogettabilità, ottimizzazione e quindi aumento di competitività ottenibile nel prodotto grazie ad una nuova modalità progettuale/produttiva. Si evidenzia che esiste una quota tutt’altro che trascurabile di utenti AM che hanno una chiara visione dell’impatto in termini di costi della tecnologia AM, ma una fetta importante di potenziali fruitori ha ancora poca chiarezza su impatti in termini di costo (e di valore aggiunto da parte della nuova tecnologia). L’AM viene vista come una tecnologia con un ritorno a breve-medio termine. Evidenzia ancora la possibilità di impattare maggiormente con l’uso della tecnologia nello sviluppo di prodotti maggiormente innovativi e quindi con un ritorno a lungo termine.” Ferdinando Auricchio, Professore di Scienza delle Costruzioni, Dipartimento di Ingegneria Civile e Architettura Università degli Studi di Pavia.

L’Osservatorio “Conoscenza, uso e sviluppi futuri delle tecnologie additive” è disponibile online: [clicca qui](#) per scaricarlo.

Rivivi l’evento, sulla piattaforma Contact Place è disponibile on-demand: [clicca qui](#).

L’AM torna in fiera a Parma

A SPS Italia, che si svolgerà nel 2021 a Parma, dal 6 all’8 luglio, un’area dedicata all’Additive Manufacturing animerà il District 4.0 aggiungendosi alle altre tecnologie di frontiera già presenti: Automazione Avanzata, Digital&Software, Robotica e Meccatronica. Il progetto è supportato da Formnext, la fiera europea di riferimento per le tecnologie additive che Messe Frankfurt organizza ogni anno a novembre a Francoforte.

spsitalia.it

Informazioni essenziali su Messe Frankfurt

Messe Frankfurt è il più grande operatore al mondo specializzato nell’organizzazione di fiere, congressi ed eventi dotato di un proprio polo fieristico. Il Gruppo aziendale vanta un organico di circa 2500* collaboratori in 30 società affiliate. Nel 2020, la Società fieristica ha conseguito un fatturato annuo di circa 250* milioni di euro, dopo aver raggiunto, nel 2019, un fatturato di 738 milioni di euro. Anche durante il difficile periodo della pandemia da coronavirus siamo collegati a livello internazionale con i nostri settori di attività e supportiamo in maniera efficiente gli interessi commerciali dei nostri clienti nell’ambito dei segmenti “Fairs & Events”, “Locations” e “Services”. Tratto distintivo unico del Gruppo Messe Frankfurt è la sua rete di distribuzione globale, che copre in maniera capillare tutte le regioni del mondo. Un’ampia gamma di servizi, onsite e online, garantisce ai clienti in tutto il mondo un livello di qualità costantemente elevato e flessibilità nella pianificazione, organizzazione e realizzazione della loro manifestazione. Stiamo ampliando le nostre competenze digitali con nuovi modelli di business. La gamma dei servizi offerti spazia dall’affitto del polo fieristico all’allestimento degli

stand, dai servizi di marketing al personale e alla ristorazione. La sede principale della Società è a Francoforte sul Meno. Gli azionisti sono la Città di Francoforte, che detiene il 60 per cento, e il Land Assia con il 40 per cento.

Ulteriori informazioni sono disponibili al sito: www.messefrankfurt.com

*cifre provvisorie 2020