



Tessile e digitale «Como al centro dell'innovazione»

Il convegno. Industria 4.0 entra nel mondo dei filati Galimberti: «Una nuova chance per il made in Italy» Brenna: «Da noi si è sviluppata una digital valley»

CERNOBBIO

Il futuro del digitale nei prodotti tessili passa dal lago di Como. Con un convegno che convoca i principali attori internazionali in questo campo e che mette anche in luce quanto si stia ottenendo da questa trasformazione nelle nostre imprese. Un'opportunità per incidere di più nella filiera e di portare gli stilisti in azienda, oltre che per ottimizzare processi e costi di produzione.

Ieri ha esordito a Villa Erba il percorso "Industria 4.0: trasformazione digitale dei processi di sviluppo dei prodotti tessili. Sfide e opportunità", organizzato da Messe Frankfurt Italia con il supporto di TexClubTec e Acimit. La prima delle tavole rotonde itineranti promosse da Sps Italia.

L'amministratore delegato della fiera di Francoforte Donald Wich ha sottolineato come oggi 50 rassegne su 150 siano dedicate a questo settore, il

primo a soffrire dalla globalizzazione eppure il primo a trarre questa nuova spinta dall'industria 4.0. Una nuova chance

per rafforzare made in Italy e produzione? Nonostante i profeti di sventura - ha detto il vicepresidente della Camera di commercio di Como Marco Galimberti - il tessile è qui, vitale e con energie che l'ente camerale sta cercando di orientare anche nel solco della digitalizzazione: «Abbiamo anche lanciato bandi per sostenere questo processo e non dobbiamo dimenticare l'impegno del Parco tecnologico scientifico ComoNext».

Settore in crescita

La giornata di ieri è stata un incontro tra il tessile e il meccanotessile, che tramite l'industria 4.0 deve sapere fornire le risposte giuste al primo per soddisfare il mercato. Sulla scia di tre trend, indicati dal presidente Acimit Alessandro Zucchi: «La maggiore autonomia del consumatore nel pro-

cesso d'acquisto, la costante necessità dell'innovazione legata al fenomeno del fast fashion e la larga diffusione della tendenza low cost».

La digitalizzazione consente di rispondere in modo più tempestivo e di monitorare con sensori, di garantire una maggiore comunicazione anche predittiva per la deduzione dei costi, un minor fermo della produzione, con la realtà aumentata alra alleata. Dato per spacciato quarant'anni fa, il meccanotessile oggi ha 300 aziende e 12mila addetti - di cui autorevoli esempi a Como-

esporta in 100 Paesi ed è in competizione con Germania e Giappone.

La vera sfida però - è stato sottolineato da più parti - è la formazione. Far crescere le competenze in grado di sostenere questa rivoluzione. E che rivoluzione. Marco Brenna, responsabile del reparto Inkjet della Stamperia di Lipomo, ne ha tratteggiato aspetti concreti. Affermando con orgo-



glio: «Noi siamo stati fortunati a lavorare a Como, perché qui si è sviluppata una digital valley. Altrove la digitalizzazione è a pochi punti percentuali, noi siamo oltre il 50% nella nostra azienda e nel Comasco ci sono imprese totalmente digitali».

Gli stilisti in fabbrica

Secondo Brenna, il mercato aveva fame di digitale e macchine sempre più veloci. Oggi serve qualcos'altro: va bene la rapidità, ma occorre prima di tutto innovare il prodotto. Parola chiave, l'informazione che si porta dietro: «Posso dire che colorante è stato usato, con che sapone è stato lavato, chi l'ha fatto. Il cliente vuole avere informazioni. Sapere come trattiamo il prodotto e le persone, la sostenibilità. Se comunichiamo, è invogliato a rimanere nel territorio. Ci sono diversi passaggi tra noi e il brand ma lo spazio si accorcia attraverso la partnership con il cliente. E ora dal terzista si vedono gli stilisti».

M. Lua.

■ Settore dato
per spacciato
40 anni fa
Ora conta
12mila addetti



► 31 gennaio 2019



Il convegno ieri a Villa Erba ANDREA BUTTI



Marco Brenna, a sinistra, con Alberto Paccanelli



Marco Galimberti