

60 ANNI DI MODA

A FIRENZE LA PIÙ ANTICA
ISTITUZIONE DEL SISTEMA
TESSILE-ABBIGLIAMENTO.

IN AZIENDA

OLTRE IL GREEN. AVANTI
LA RIORGANIZZAZIONE
CON LE NUOVE LOGICHE.

SPECIALE TORNITURA

I METALLI PRENDONO
FORMA CON UN PROCESSO
(QUASI) ARTISTICO.

madein®

informazione e cultura tecnica nella moda a cura di 2C Coveri

La nuova rivoluzione industriale.

Il mondo degli atomi e degli oggetti fisici
sta per essere trasformato da una nuova
cultura. Dal virtuale si torna al reale.





Scandicci, giugno 2014

"madein" è una pubblicazione di proprietà esclusiva di 2C di Coveri Srl destinata esclusivamente all'informazione aziendale sia ad uso interno sia presso il pubblico. Ai sensi del comma 2° legge 62/2001 sono esclusi gli adempimenti di cui alla legge 47/1948.

**GRAFICA, LAYOUT
E PRODUZIONE**
esociety marketing

TESTI
esociety marketing

FOTOGRAFIE
Yakir Yahish

STAMPA
Grafiche Leonardo

STAMPATO SU
Carta ottenuta impiegando materiale riciclato. Disinchiostata senza impiego di sbiancanti e priva di brillantanti. Certificata per il controllo delle emissioni durante la produzione e per il rispetto dell'ambiente.

© COPYRIGHT 2014

Tutti i contenuti, salvo dove indicato, sono di proprietà di 2C Coveri Srl e sono tutelati ai sensi delle leggi sul diritto d'autore e sul diritto di proprietà industriale. I marchi eventualmente citati a scopo informativo, didattico o didascalico appartengono ai rispettivi titolari. I dati personali sono trattati nel rispetto del Decreto Legislativo 30 giugno 2003 n. 196.



EDITORIALE **3**
Solo in Italia 8000 mestieri in estinzione. Nuove e vecchie economie al confronto per rilanciare economia, cultura e società.

SPECIALE RIVOLUZIONE INDUSTRIALE **4**
Una nuova rivoluzione industriale riduce la distanza tra bit e atomi. Riuscirà la transizione culturale a stare al passo coi tempi?

L'AZIENDA **5**
Oltre la sostenibilità ambientale. Una nuova mappa della crescita guida le nuove sfide dell'azienda.

**GENIUS LOCI:
FIRENZE E LA MODA** **6**
Firenze celebra i 60 anni della più antica istituzione del sistema tessile - abbigliamento, il Centro di Firenze per la Moda Italiana.

PERSONE AL LAVORO **7**
Speciale tornitura: dove i metalli prendono forma in modo (quasi) artistico.

Cambiare tutto per non cambiare niente.

L'aggiornamento tecnologico da solo non basta per fare la rivoluzione.



Sarà una deformazione professionale, un eccesso di concretezza tipico di chi lavora il metallo, ma quando sento parlare di rivoluzione e di grandi cambiamenti mi vengono in mente le parole dello scrittore Giuseppe Tomasi di Lampedusa: "bisogna cambiare tutto per non cambiare niente".

Nel settore manifatturiero molte imprese hanno messo in atto grandi cambiamenti, finanziati con ingenti risorse private e pubbliche, col risultato spesso deludente di tro-

varsi dopo un certo tempo al punto di partenza, o perfino "sotto terra". Per rilanciare l'industria italiana nei mercati internazionali, ad esempio, sono stati promossi molti processi di ristrutturazione e di innovazione tecnologica. Ma non sempre hanno funzionato, anzi. Il Paese sembra ancora impantanato in logiche tutt'altro che moderne. Perché c'è "cambiare" e "cambiare": una cosa è, ad esempio, l'aggiornamento della tecnologia e una cosa è l'innovazione. Sono ambedue forme di cambiamento ma mentre la prima costa e non sempre porta risultati, la seconda può essere perfino rivoluzionaria e ridare vita a interi settori comatosi. Aggiornare la tecnologia, i macchinari, le sedi e perfino l'organizzazione, infatti, è una cosa che possono fare tutti e in ogni luogo. Non assegna grandi vantaggi. L'innovazione, invece, cambia, solleva, smonta e ribalta le posizioni di mercato assegnando la leadership a questo o a quel player. Ho pensato alle parole di Tomasi di Lampedusa, leggendo il libro sulla nuova rivoluzione industriale

scritto da Chris Anderson, di cui parla questo numero di "madein". È evidente che dalla cultura digitale stia nascendo una nuova generazione di creativi. E perfino nuove imprese, start-up, capaci di rivoluzionare oggetti e mercati. Secondo alcuni è una rivoluzione tanto grande da mandare in pensione le aziende dell'era industriale. Sarà per questo che gli artigiani tradizionali sembrano legare poco coi nuovi e moderni "maker". L'idea di fondo è chiara, valida e concreta. Ma non basta certo una e neppure mille stampanti 3D per rivoluzionare il mercato e la società. Non basta "fare e creare" in una piccola officina di servizi personalizzati di fabbricazione digitale (i cosiddetti Fab-Lab) per affermarsi nei mercati internazionali. Lo si è visto ai tempi della new-economy e come imprenditori (europei) vorremmo questa volta non "perdere il treno". È un'occasione troppo importante per il Paese, per l'artigianato e per settori trainanti come quello della moda.

MASSIMO COVERI

Confindustria Firenze crea il Comitato Start-up.

Confindustria Firenze crea al suo interno il Comitato Start-up per sostenere la crescita delle nuove imprese ad alto contenuto tecnologico. Si tratta di un ambiente per l'orientamento e la consulenza, creato per favorire i neo imprenditori nelle complesse attività di gestione e organizzazione dell'impresa. L'adesione è gratuita per due anni e l'azienda può ottenere un adeguato tutoraggio. Informazioni su: confindustriafirenze.it



Reparto torneria

«Le persone dimenticano con che velocità hai fatto un lavoro ma ricordano perfettamente quanto bene lo hai fatto».
(James Newton Howard)

La nuova rivoluzione industriale è iniziata.

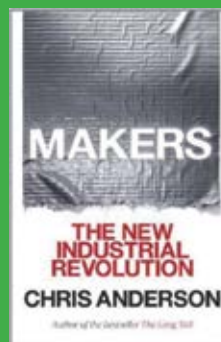
La cultura digitale trasforma gli oggetti fisici: i bit dialogano finalmente con gli atomi.

All'inizio se ne sono accorti in pochi e la scintilla è scoccata in una ex birreria di Brooklyn. Una rivoluzione dalle mani americane ma dal cuore, anzi dal cervello italiano. Come nella prima rivoluzione industriale c'è una macchina di mezzo, una cosiddetta "tecnologia abilitante". La nuova "macchina a vapore" è una semplice "stampante 3D". Uno strumento presente nelle officine meccaniche da trent'anni ma solo oggi capace di innescare una reazione irreversibile. Si parla già di nuova rivoluzione industriale: come era successo per il "personal computer" che prima di essere inventato svolgeva le stesse funzioni nello spazio di una intera stanza e costava quanto un appartamento (arredato!). Nel 2009, in una fabbrica di birra dismessa nel cuore di Brooklyn - appunto - il giovane Bre Prettis realizza una stampante "per oggetti" ad appena mille dollari. Nasce la rivoluzione della "fabbrica personale" e si sviluppa la nuova cultura dei "maker". Un movimento culturale contemporaneo che unisce la tecnologia pura alle attività più convenzionali come la lavorazione del metallo, del legno e dell'artigianato tradizionale.

Anche in questa rivoluzione non poteva mancare un tocco italiano. E così è stato: perché oltre a stampare oggetti con la "Maker-bot", è stato possibile renderli intelligenti e interconnessi grazie ad "Arduino". Un piccolo computer creato da un insegnante "fuori dal comune" nella provincia di Ivrea. "Arduino" ha già invaso il mondo: sarà che costa solo una ventina di euro, sarà che è un progetto aperto, sarà che puoi fargli fare di tutto. Insomma, secondo alcuni "Arduino è una piattaforma per il futuro", progettata collettivamente, usando la rete e senza protezione intellettuale. Questo, forse, è uno dei nodi cruciali della storia. Uno degli anelli "forti"

(e al tempo stesso "deboli") di questa rivoluzione. Si parla di fine della cultura del segreto; di interazione globale e di condivisione. Tutte caratteristiche proprie dei "nuovi maker". Ma cosa ne pensano gli artigiani tradizionali, ancora gelosi dei propri segreti? Un segnale forte è scritto nelle prime righe di un recente Rapporto Censis: "per uscire da questa crisi, le imprese devono puntare sulle nuove tecnologie, sulla digitalizzazione, sulla connettività dei comportamenti individuali e collettivi".

Il fare (in inglese "to make") appartiene all'uomo da sempre. Tutti i bambini amano fare e gli artigiani sono stati bravi a trasformare il fare in business. Benché l'Italia abbia una forte vocazione manifatturiera, artigiani italiani e maker sembrano parlarsi con fatica. La nuova rivoluzione industriale deve essere accompagnata da una nuova cultura dell'impresa artigianale. Le imprese italiane potrebbero non farcela da sole: soprattutto quelle rimaste troppo indietro. Le vecchie generazioni avevano storie da raccontare, le nuove sembrano ingessate. Serve anche una nuova cultura della globalizzazione. "Locale" sì, ottimo!, ma restando aperti al mondo, alle nuove idee, alle contaminazioni, al dialogo e ai nuovi mercati. Gli artigiani devono anche ampliare le proprie zone di Comfort e abbandonare sicurezze, certezze e paure. Devono avvicinare la nuova cultura della sperimentazione, della curiosità e dell'entusiasmo. Gli artigiani possono anche sviluppare nuove collaborazioni coi giovani, oltre l'apprendistato. Servono rapporti di lavoro adatti alla nuova rivoluzione, a doppio canale, dove magari l'artigiano formi il giovane, ma al tempo stesso il giovane contribuisca alla crescita dell'artigiano con le sue competenze da "maker" nativo, più cool, più portato per il digital manufacturing.



Makers: Per una nuova rivoluzione industriale

di Chris Anderson

Dopo aver rivoluzionato il mondo dei bit la cultura digitale sta per trasformare il mondo degli atomi, degli oggetti fisici. È questo l'importante annuncio nel libro di Chris Anderson, che spiega come, nel prossimo decennio, gli innovatori più brillanti non dovranno più affidare la realizzazione delle loro idee ad altri, ma potranno produrre e distribuire da soli.

STAMPANTE 3D INDUSTRIALE NEL REPARTO MODELLERIA



La risposta dell'azienda

La sostenibilità è diventata un modo di lavorare.

La nostra azienda ha iniziato da tempo a orientarsi verso prodotti e scelte sostenibili. Ci siamo accorti che è l'unico modo per assicurare all'impresa una crescita più solida, sicura e di lungo periodo. Abbiamo iniziato a rivedere tutti i processi interni ed esterni per ridurre l'impatto ambientale e aumentare l'efficienza energetica. Ci siamo resi conto che la sostenibilità non può essere un'iniziativa isolata e separata dal business ma deve diventare un modo di lavorare. Stiamo lavorando sodo per utilizzare meno energia nei nostri processi e anche grazie ai fornitori come Repower analizziamo l'efficienza energetica con strumenti e tecnologie all'avanguardia.



LA PRODUZIONE SI È MESSA "A DIETA".

Sprecare non è mai cosa buona. Soprattutto quando si tratta di risorse importanti come materie prime, tempi morti, prodotti difettosi, trasporti inutili, sprechi di produzione e giacenze inutilizzate. Vorremmo arginare - il più possibile - il fenomeno degli sprechi, fino ad annullarli o quantomeno renderli compatibili con crescita profittevole e sviluppo sostenibile. Oltre alla eliminazione degli sprechi abbiamo iniziato a focalizzare tutti i processi interni sul "value stream", quel flusso di valore che garantisce benefici ai nostri clienti e annulla le fasi prive di valore. Abbiamo iniziato a ottenere i primi risultati tangibili e intendiamo continuare su questa strada migliorando continuamente.

UNA POLIZZA PER IL FUTURO CON LA RESILIENZA.

Stiamo investendo molto nello sviluppo di una competenza difficile da ottenere ma - ci siamo resi conto - indispensabile. Si tratta della "resilienza". Essere resilienti ci permette di non andare incontro ai problemi che assillano molti nostri concorrenti. Essere resilienti ci aiuta anche ad arginare eventuali traumi interni (nell'organizzazione) o esterni (nel mercato). La resilienza non è semplice da sviluppare: occorre avere molta fiducia nella visione dell'impresa e imparare a gestire veri e propri paradossi organizzativi. Infatti, se da un lato dobbiamo valorizzare le diversità e la ridondanza, dall'altro dobbiamo lottare contro gli sprechi e investire in produzione snella. Serve molta maturità manageriale e talvolta anche una buona consulenza esterna. Ci aiuta molto sapere che oltre ai costi e ai ricavi dobbiamo coltivare aspetti come la fidelizzazione dei clienti, l'attrazione dei talenti e in genere la fiducia dei fornitori dei partner e del territorio sul quale operiamo.



IL CAPITALE UMANO È IL NOSTRO NUOVO PARADIGMA AZIENDALE.

L'artigianato ha cambiato la vita dell'uomo e l'uomo è essenziale per lo sviluppo delle imprese artigiane. In 40 anni di attività siamo passati dalla "forza lavoro" alle "risorse umane". Ma oggi abbiamo voluto far diventare il "capitale umano" il nuovo paradigma dell'azienda. Ci siamo resi conto, anche grazie ai nostri clienti internazionali, che questo è il fulcro fondamentale per lo sviluppo. La nostra azienda sta, dunque, investendo nella valorizzazione di ogni persona e nella formazione di competenze specifiche: formazione tecnica ma anche "soft skill". Siamo solo all'inizio del processo ma la strada è ormai definita. Crediamo non ci possa essere crescita nel nostro settore (e nel nostro Paese) senza una effettiva crescita umana e professionale.



NUOVO ORGANIGRAMMA E NUOVI RUOLI.

Gli investimenti sul personale devono essere valorizzati da strutture organizzative adeguate e processi di lavoro ottimizzati. Per questo negli ultimi mesi abbiamo migliorato la riorganizzazione dei reparti, dei ruoli e delle responsabilità. Ma stiamo lavorando molto anche sui flussi di lavoro, con l'obiettivo di renderli sempre più fluidi, efficaci e produttivi. Sono state, inoltre, attivate nuove funzioni nella produzione e nel commerciale che verranno presentate - come meritano - nei prossimi numeri di "madein".

Per migliorare la capacità produttiva e aumentare la qualità abbiamo deciso di affiancare alla produzione manuale la robotica di ultima generazione. Abbiamo inserito in produzione alcune macchine robotizzate per la pulimentatura ottenendo da subito un aumento della produttività. Abbiamo, tuttavia, mantenuto il personale altamente specializzato, per un controllo scrupoloso e per la garantire la lucidatura delle superfici di altissima qualità.

A Firenze la più antica istituzione del sistema tessile-abbigliamento.

Il Centro di Firenze per la Moda Italiana compie 60 anni. Ed è ancora in gran forma.



La moda Made in Italy come fenomeno di successo internazionale nasce a Firenze all'inizio degli anni Cinquanta. Da allora Firenze mette le proprie risorse progettuali, organizzative, culturali ed economiche al servizio della promozione della moda italiana nel mondo. Il merito va a Giovan Battista Giorgini e al suo intuito di organizzare la prima sfilata d'Alta moda per i grandi negozi americani suoi clienti. Giorgini è stato il vero pioniere della moda italiana. Dopo il grande e inaspettato successo del 1951 i compratori stranieri e le giornaliste italiane assistono alla prima sfilata "ufficiale" nei saloni del Grand Hotel. Il successo è tale da coinvolgere negli anni successivi addirittura la Sala Bianca di Palazzo Pitti e Palazzo Strozzi.

In seguito all'affermazione a Firenze delle iniziative legate alla moda, nel 1954 nasce l'associazione Centro di Firenze per la Moda Italiana: un ente senza scopo di lucro costituita per promuovere e internazionalizzare il sistema moda italiano. In conseguenza dei mutamenti di costume e di tendenza che influenzano il mondo della moda, si affermano le "mode pronte da indossare": piccole serie di capi di Alta Moda a costi inferiori. Il Centro Moda, con notevole anticipo, intuisce

l'importanza di questa tendenza e inizia a organizzare manifestazioni per il pronto, per boutique e per capi in maglia. Nasce così nel 1972 il Pitti Uomo, una rassegna di abbigliamento e accessori maschili. Nato essenzialmente per il mercato interno, questa manifestazione raggiunge in pochi anni un prestigio tale da essere considerata una delle manifestazioni del settore più importanti del mondo. Pitti Uomo diventa un punto di riferimento qualificato e completo per il mercato dell'abbigliamento maschile.

Pitti Uomo viene ospitato inizialmente all'Hotel Villa Medici, poi a Palazzo Strozzi, al Grand Hotel, all'Hotel Majestic, al Palazzo degli Affari ed infine, dalla seconda metà del 1983, alla Fortezza da Basso.

A partire dal febbraio 1973 si sono tenute, collateralmente al Pitti Uomo, sfilate ed eventi culturali.

Il Centro Moda fornisce le linee generali di politica fieristica e promozionale a Pitti Immagine (che controlla nella misura dell'85%), a Ente Moda Italia (di cui possiede il 50%), società che opera nel settore delle fiere estere e a Efima (di cui possiede il 50%) che sovrintende alle manifestazioni di moda femminile a Milano. L'altro socio di riferimento in queste partecipazioni è Sistema Moda Italia. Il gruppo Centro Moda promuove un equilibrio più avanzato fra l'industria della moda, che in Italia trova uno dei suoi luoghi d'eccellenza, la qualità della vita e le risorse urbane e territoriali, attraverso eventi commerciali e culturali innovativi e di carattere internazionale che riflettono capacità progettuale e attenzione per gli aspetti gestionali.



Stefano Ricci
[presidente Centro di Firenze
per la Moda Italiana]

“ Firenze celebra i 60 anni della più antica istituzione del sistema tessile-abbigliamento, il Centro di Firenze per la Moda Italiana. Per questo motivo, grazie a una costruttiva sintonia con il Ministero dello Sviluppo Economico e con il Comune di Firenze, insieme con Pitti Immagine Uomo, abbiamo progettato un calendario di eventi per il prossimo giugno che saranno un momento di valorizzazione della creatività italiana ai suoi più alti livelli. Attraverso iniziative che guardano alla tutela e al sostegno dell'intero sistema del tessile-abbigliamento, abbiamo inoltre raggiunto risultati significativi anche nel finanziamento alle piccole e medie imprese che producono interamente in Italia, secondo un piano elaborato con il fondamentale supporto di Unicredit denominato Fatto in Italia. ”

La rete di intenti e di collaborazioni che si realizza per i 60 anni del Centro per la Moda Italiana, rappresenta un modello di strategia integrata tra le istituzioni pubbliche e private – quelle che lavorano nell'interesse del sistema – destinato a diventare un punto di riferimento per tutte le politiche a sostegno della moda italiana e di chi ha il compito di promuoverla. **Il programma completo su www.pittimmagine.com.**

Dentro l'azienda: le storie e i personaggi

La rubrica dedicata alle nostre persone: in questa uscita il reparto Torneria

CHRISTOPHER

27 anni
operatore tornio



MAURO

55 anni
responsabile reparto

LA TORNITURA E LE INFINITE FORME DEI METALLI NELLA MODA.

I metalli hanno sempre fatto parte dell'abbigliamento: da elementi funzionali a protezioni, da accessori decorativi a mille altri usi. L'uso del metallo nella moda coinvolge tutti i sensi e le tecniche di lavorazione sono diventate ormai molto raffinate. Un processo di produzione per eccellenza è quello della tornitura, una lavorazione per asportazione di trucioli capace di plasma-re letteralmente il metallo. La tornitura si presta anche per il legno, la pietra e vari materiali sintetici molto usati nella moda.

Questa uscita di "madein" è dedicata al reparto "torneria", da sempre uno dei fiori all'occhiello della famiglia Coveri. Il reparto lavora con 3 macchine di ultima generazione, con controllo simultaneo a 5 assi e predisposte alle procedure di torneria complesse di ottone, acciaio, alluminio in conformità alla normativa californiana (PROP65). Rispetto al passato, oggi le lavorazioni sono molto varie: non solo accessori cilindrici come viti, grani, sfere, tubetti, anelli, etc. ma anche forme elaborate,

sempre più complesse. I creativi hanno oggi delle possibilità impensabili fino a pochi anni fa. Possono arricchire le creazioni con molteplici forme, assemblabili, lisce e prive di imperfezioni. Dalle corazze alla moda punk, oggi il metallo tornito è emblema di lusso, alta moda ed eleganza. Il reparto è affidato a Mauro e si avvale dell'esperienza di Christopher. Le loro competenze e il sistema produttivo leggero garantiscono richieste estreme con tempi di consegna decisamente limitati.



ST38 AL LAVORO



REPARTO TORNERIA



IL RESPONSABILE AL LAVORO

NEL PROSSIMO NUMERO



LA NUOVA VITA DELLA FABBRICA

Nel business di oggi tutto è veloce. In soli dieci anni, le strategie migliori diventano obsolete e spesso vere e proprie trappole. Secondo gli esperti, torna protagonista la "fabbrica". Le migliori fabbriche europee hanno in comune metodi di competizione molto simili. Nel prossimo numero si parla del rinascimento delle fabbriche e delle loro (nuove) strategie.

FOCUS: GLI ORGANI DI STAFF DELL'AZIENDA

Ogni azienda è un sistema di persone, di tecnologie e di conoscenze. Tutto deve funzionare in modo coordinato. La direzione e i reparti di produzione sono affiancati dai cosiddetti organi di staff, quelli che forniscono assistenza, consulenza e servizi essenziali. Nel prossimo numero daremo voce alle persone di questi uffici.



2C di Coveri Srl accessori per pelletteria calzature e confezioni
SEDE LEGALE: via Poliziano 5 Firenze p.iva 01357460482
SEDE OPERATIVA: via San Colombano (loc. Granatieri) 187/a Scandicci
tel +39 055 7311219 - 720546 fax +39 055 7310156
www.coveriweb.com