



# “Impresa è far accadere le cose. “Stain è all'avanguardia per le tecnologie digitali abilitanti, con funzionalità di business”

Paolo Streparava, CEO Streparava Holding Spa  
Vice Presidente AIB Sviluppo d'Impresa, Innovazione ed Economia

“**S**e parliamo di 'Industry 4.0' non stiamo parlando della app, del giochino, stiamo parlando di funzionalità di business che attraverso la digitalizzazione vengono abilitate o migliorate, perché abilitare significa avviare qualcosa che in quel momento non ha un'azione, renderla attiva”. E' Paolo Streparava che indica le motivazioni che stanno alla base della sua scelta, l'essersi affidato alle potenzialità di Stain: “Scendendo nel concreto, Stain già faceva sistemi di raccolta dati in produzione, che erano profondamente diversi da quelli che oggi sono il loro pacchetto di offerta, però erano già una frontiera avanti. L'intuizione è nel trovare modalità diverse di fruire di determinati servizi, crearne di nuovi e quindi creare impresa. Non dimenticare che il dato è un vero elemento di strategia e avere un maggiore controllo in questo senso fa viaggiare forte la tua azienda”.

L'INTERVISTA

## **Partiamo da lontano. Come nasce il rapporto con Stain?**

“Noi ci siamo conosciuti perché nel 2001, come presidente di Giovani Imprenditori di Brescia, organizzavo e lavoravo alacremente a una manifestazione che aveva interesse nazionale e si chiamava 'Imw'. All'inizio l'acronimo era Internet Marketing Workshop, e inquadrava l'iniziativa fatta da un nostro giovane imprenditore che coinvolgeva l'ambito di quello che poteva essere, diciamo così, l'internetizzazione delle nostre aziende, quindi la posta elettronica, i primi passi che si compivano allora. Poi, nell'an-

no 2000 la bolla speculativa di internet, DotCom, companies e tutto quello che ne è conseguito, ha fatto un bel buco nella Borsa. Così l'acronimo è diventato quello di Innovation Management Workshop. L'acronimo Imw era rimasto, ma con un significato diverso”.

## **Fu in quel contesto che Stain entrò in gioco?**

“Era un momento, e lo è stato per alcuni anni, in cui si approfondivano le tematiche di innovazione tecnologica legata, soprattutto ma non solo, all'ambito digitale. Abbiamo davvero portato

innovazioni molto importanti. In quel periodo Stain era già una pietra miliare nell'utilizzo delle tecnologie digitali abilitanti, con funzionalità di business. Ci tengo molto a questa definizione che può sembrare un po' ricercata, un po' accademica, perché ritengo che la digitalizzazione di ogni forma di processo, di prodotto, di azienda, deve essere figlia di una funzionalità di processo normale, cioè non digitale, che attraverso la digitalizzazione acquisisce una sua valenza di creazione di valore per il consumatore finale, per il fornitore, per il cliente, per chi vogliamo”.

**Stain conosceva a fondo e interpretava bene queste esigenze...**

“Sì. Io li ho coinvolti allora per sostenere l’iniziativa che avevamo in corso e gli ho fatto presentare la loro capacità e competenza, con casi concreti, con cose fatte accadere, non con parole, all’interno del convegno del quale parlavo prima. Erano i primi passi verso l’Industry 4.0, eravamo molto attenti”.

**Poi si arriva all’atto pratico, Stain entra in Streparava.**

“Passarono un po’ di anni, perché all’inizio preferimmo fare degli altri passaggi, fondamentali per riuscire a sfruttare appieno le tecnologie: avere una struttura che si domanda ‘cosa vuole’. Io sono sempre stato entusiasta delle tecnologie. Le ho introdotte presto in azienda. Le persone mi hanno seguito e sono state contente. Avevamo la posta elettronica dal 1996, quando per gli americani era un mezzo molto difficile (e noi la utilizzavamo già). Iniziammo anche un’attività concreta di sensibilizzazione delle persone sull’utilizzo delle tecnologie. La Streparava cambiò il sistema informativo, da un sistema informativo chiamiamolo ‘proprietario’ di derivazione Ibm passammo a Sap, correva l’anno 1999 e siamo stati la prima azienda automotive d’Italia, a creare Sap Automotive, che allora non c’era. Quindi, impostammo un diverso modo di relazionarci al dato, con un’importanza diversa rispetto al momento di congiunzione tra quanto accade in officina e quanto poi leggi.

Fu a quel punto che intervenimmo con Stain: l’organizzazione dell’azienda poteva permettersi di capire quanto ottenere da uno strumento come il ‘Mes’. Stain così installò all’interno di Streparava, in un’area specifica, il primo Mes della nostra esperienza. E decidemmo di intervenire nell’area più importante della nostra azienda a livello di innovazione. L’area dove abbiamo fortemente investito, in tutti gli aspetti e dove produciamo della componentistica motore per un grande cliente. Poi abbiamo investito in organizzazione, con le persone più qualificate, seguendo gli insegnamenti di Taiichi Ohno che è uno dei fautori del Toyota Production System: la tecnologia va bene, però deve essere prima ben collaudata, appresa e poi capita per la sua potenzialità di creare valore. Il sistema Stain l’abbiamo installato ormai da più di un anno, interpretiamo il dato da un anno e tre, quattro mesi e già abbiamo già trovato aree di miglioramento che diversamente non avremmo potuto intravedere. Del resto questi sono strumenti che vanno utilizzati con criterio e va ben capito che cosa fargli fare. Se sai come guidarlo, quel mezzo può portarti lontano e portare profitti alla tua azienda”.

**Stain può rilevare qualunque dato, però quale dato avere? E soprattutto, come interpretarlo?**

“Nell’informatica, quella comune, se tu non collochi l’anagrafica materiale in maniera corretta non puoi aspettarti che ti renda, no? Nel caso dei

sistemi di raccolta dati di produzione nell’Industry 4.0, a mio avviso potremmo vedere un passaggio tecnologico interessante: alla fine sono i sistemi che sono deputati alla raccolta del dato, e non più le persone. La fermata di produzione, il pezzo prodotto o non prodotto, le perdite, sono elementi che raccoglie la macchina, con grande beneficio”.

**Dove avviene l’intervento dell’uomo?**

“All’uomo spetta l’interpretazione del dato: quindi massima attenzione alla correttezza del sistema di misurazione. Molta dell’attività d’ingegneria la fa Stain o la fa l’integratore e quindi una parte del problema è eliminata. Procediamo con attenzione e per gradi, è il modello di Streparava, che però per adesso è andato abbastanza bene”.

**Stain come “entra” in azienda?**

“Li conosco da tantissimi anni. Gli uomini di Stain sono pragmatici, concreti e ‘on the job’, punto, non c’è molta filosofia da fare. Gente che sa di che cosa sta parlando, perché hanno un Dna da fabbrica. Io credo che un imprenditore che parla di una cosa che ha fatto, lo debba fare con la serietà e responsabilità. Loro hanno sempre voluto spingere sul digitale, sulla raccolta dati, sull’informatica al servizio dell’impresa e del manifatturiero e lì si sono concentrati”.



**Una visione sia strategica, sia tattica...**

*“La tattica la fai tutti i giorni, la strategia è quella di lungo termine, la tattica può essere la maniera di arrivarci. Loro magari avranno tra vent’anni l’azienda che sarà arrivata sulla luna, col digitale in tutti i settori, ma la tattica di oggi è quella di far accadere le cose, che è un pochino bresciana, no?”*

**Facciamo un passo indietro, scetticismi e resistenze alla novità ci sono stati?**

*“La resistenza al cambiamento rispetto alla nostra esperienza personale, è spesso direttamente proporzionale all’età dell’azienda. La resistenza è direi abbastanza trasversale in tutti i settori, ovviamente molto più radicata in quelle persone che hanno una lunga anzianità di servizio. Però anche noi abbiamo una strategia e usiamo una tattica: la strategia è quella di rendere Streparava comunque allinea-*

*ta agli standard ‘Industry 4.0’ per quanto riteniamo generi valore per noi. La nostra tattica è legata al non cambiare una impostazione in azienda se la tecnologia non l’abbiamo provata, testata e creato valore. Con queste modalità la persone si sentono anche protette. La logica deve essere che l’informatica, il digitale, devono abilitare funzionalità che noi conosciamo”.*

*Questo è il messaggio che si può trasmettere agli altri imprenditori?*

*“Devono percepirne l’importanza. Gli imprenditori, se hanno costruito le imprese è perché sono stati capaci di vedere cosa c’era di buono nelle varie possibilità. Penso alla mia azienda: qui ci sono state tre generazioni che lavoravano insieme. C’è stata la possibilità di crescere nel confronto e nello scontro propositivo, di capire ciò che ognuno poteva portare. Direi agli imprenditori che devono ave-*

*re il coraggio di investire nelle tecnologie in misura direttamente proporzionale al valore che loro stessi vogliono generare. L’intuizione, la voglia di creare valore, l’utilizzo delle tecnologie deve venire da loro: e non aver paura che cambi il modello col quale controlli un’azienda, perché se riesci a controllare l’azienda ancora meglio, vai più forte”.*

*Quindi il dato è elemento di strategia.*

*“Il dato è strategia. Il problema è che dobbiamo sempre vedere le cose bianche o nere. Bisogna interrogarsi. Chiedersi ‘quanto valore vuoi creare, ti serve per creare il digitale?’ Beh, prendilo, compralo, fallo accadere, punto”.*



# L'AZIENDA

## Streparava Holding Spa, Adro

*La storia del Gruppo Streparava, partner delle maggiori case produttrici nel settore automotive, inizia nel 1951 in una piccola chiesa sconsacrata adibita a fabbrica, a Cologne, nella provincia di Brescia, nel cuore produttivo del Nord Italia. Attività condivisa da quattro soci, in una prima fase l'azienda si occupa di produzione di viteria e bulloneria conto terzi, ma intraprendenza e spirito imprenditoriale portano alla progressiva fusione di diverse realtà industriali, con conseguente sviluppo di un know how tecnico e tecnologico sempre più competitivo e l'ampliamento delle attività allo stampaggio a caldo e ai trattamenti. Negli anni Settanta le aziende Streparava Macchine Srl (macchine utensili) e Streparava Srl (lavorazioni meccaniche) iniziano il trasferimento nell'attuale polo logistico, amministrativo e produttivo di Adro,*

*completato negli anni Novanta con lo spostamento anche della società Officina di Adro Srl (stampaggio acciai). Sono queste tre realtà, nel 1981, a dare vita al gruppo Streparava Spa. Del resto, sempre negli anni Novanta, i rapporti con l'estero, prima a scopo di esportazione, diventano orientati a una presenza produttiva sul territorio. Si aprono così le filiali di Spagna e Brasile.*

*Dopo una joint venture pluriennale, nel febbraio 2014, il Gruppo Streparava ha quindi inaugurato la filiale in India. In linea con lo sviluppo del mercato contemporaneo, Streparava ha negli anni seguito un percorso di globalizzazione capace di condurre l'azienda a essere sempre più cost-effective, operando in paesi maggiormente sensibili a nuove metodologie produttive. Nel tempo e grazie a una politica di costante investimento nelle risorse, umane e tecnologiche, il Gruppo Streparava ha integrato in un'unica grande struttura tutta la filiera di progettazione e produzione e oggi è tra i leader del settore e partner delle più importanti case produttrici nel settore automotive per i componenti e i sistemi powertrain, driveline, sospensioni e sistemi motore.*

