



La collaborazione. Ori Martin ha intrapreso il percorso di digitalizzazione insieme a Stain

Big data e digitale La Ori Martin è diventata una cyberacciaieria

Il progetto intrapreso dal gruppo bresciano con Stain è stato selezionato dal Mise

Innovazione

Stefano Martinelli

IL PROTAGONISTA



Roberto De Miranda.

«Con la condivisione dei dati c'è poi una definizione più chiara degli obiettivi, con i reparti che si parlano più facilmente tra di loro, motivando al contempo maggiormente il personale»

BRESCIA. L'acciaio di Ori Martin è sempre più digitale. Il gruppo siderurgico bresciano ha da tempo imboccata la strada dell'innovazione tecnologica, puntando con particolare decisione sulla valorizzazione dei dati, specialmente nella fase di produzione.

Non certo un percorso agevole vista la complessità del business di Ori Martin: ogni

anno il gruppo produce infatti 700mila tonnellate di acciai speciali, con un fatturato consolidato che nel 2019 ha superato i 600 milioni di euro. Ma proprio le dimensioni aziendali e la grande mole di lavoro hanno reso la digitalizzazione una necessità, implementata con tale capacità da far sì che il progetto dell'acciaieria bresciana fosse inserito tra i quattro «Lighthouse» selezionati dal Ministero dello Sviluppo economico.

La strategia. «Per perseguire la raccolta dati centralizzata e insieme ridurre le emissioni attraverso l'utilizzo del digitale - spiega Roberto de Miranda, membro del Comitato esecutivo di Ori Martin durante un webinar organizzato dalla Stain, azienda che sviluppa software per la raccolta e gestione dei dati di produzione -, ci si siamo resi

conto essere necessario avere sul campo sistemi che lavorassero alla perfezione. Da qui l'esigenza di avere un Mes sempre più performante e di affidarci perciò a Stain, prima in una sola azienda e poi anche nelle altre del gruppo».

Come si diceva già in precedenza l'implementazione non è stata priva di ostacoli: «Abbiamo dovuto operare un vero e proprio change management e rimodellare l'organizzazione di fabbrica -, sottolinea De Miranda -, formando e coinvolgendo innanzitutto gli operatori». E lo sforzo ha decisamente pagato, con i risultati che sono andati ben oltre le attese.

Il punto. Se inizialmente l'installazione del Mes sviluppato dall'azienda guidata da Claudio Morbi era stato pensato principalmente per eliminare la carta dall'ambiente di produzione, per tracciare in tempo reale il prodotto e per controllare i consumi, gli effetti benefici della raccolta dati si sono estesi anche in altri ambiti. Grazie al Mes Stain e «controllando solo ciò che si misura», come rimarcato dal responsabile dei Sistemi digitali di Ori Martin Antonio Lucarelli, i dati hanno facilitato la disponibilità automatica di tutte le funzioni e informazioni aziendali sui prodotti, sui processi, sulla qualità e gli ordini di produzione.

L'intelligenza artificiale. A ciò si aggiunge l'alimentazione con dati puliti ed affidabili dei software di intelligenza artificiale e machine learning per la manutenzione predittiva, strumenti fondamentali per agire in modo scientifico. «Con la condivisione del dato c'è poi una definizione più chiara degli obiettivi - aggiunge De Miranda -, con i reparti che si parlano si parlano più facilmente tra di loro, motivando al contempo maggiormente il personale».

La società siderurgica produce 700mila tonnellate di acciai speciali. Il giro d'affari annuo è di 600 milioni

E se tutto ciò ha avvicinato ancor di più Ori Martin all'idea di «cyber acciaieria», ha anche giovato enormemente verso l'esterno. In mercati internazio-

nali sempre più competitivi e avanzati le skill digitali di un'azienda sono un prerequisito fondamentale per qualsiasi possibile partnership. Ori Martin ha perciò accettato la sfida della digitalizzazione, facendo del dato una materia prima sulla quale lavorare e tramite la quale produrre. //