

La cosmesi all'attacco

L'Associazione Industriali si fa promotrice del progetto per un cluster territoriale Finanziato uno studio al Cersi per arrivare ad un piano di sviluppo strategico

di Alessandro Rossi

Si chiama 'Advanced Cosmetic Manufacturing': è un ambizioso progetto promosso dall'Associazione Industriali di Cremona con l'obiettivo - annunciato dal presidente Umberto Cabini nel corso dell'Assemblea annuale tenutasi l'11 ottobre scorso presso la Coim di Offanengo - di creare un cluster tecnologico avanzato dedicato alla cosmesi, una realtà economica molto importante che vede Crema e il cremasco al centro di un comparto dove il nostro Paese recita un ruolo da protagonista (il 60% del makeup mondiale è italiano e il 52% di questa produzione è in Lombardia). Non solo, l'Associazione Industriali di Cremona, non essendoci, oggi, una mappatura precisa di questo straordinario patrimonio di aziende e professionalità distribuito sul territorio, ha finanziato uno studio, commissionato al Cersi dell'Università Cattolica, anche con l'obiettivo di delineare un piano di sviluppo strategico.

Ebbene, questo progetto, dall'acronimo 'Ad - Com', riunisce cinque realtà aziendali - Lumson SpA, Ancorotti Cosmetics SpA, Eurofins Biolab, Omnicos Group Srl e Regi - due universitarie - Università degli Studi di Milano e Politecnico Milano e un'agenzia di Sviluppo Locale, Reindustria Innovazione - per stringere una relazione ed una collaborazione volta a rispondere alla call di Regione Lombardia intitolata "Investimenti in favore della crescita e dell'occupazione" ed ottenere il riconoscimento del cluster della cosmetica.

«Questo settore - spiega **Matteo Moretti**, ceo di Lumson - riveste da tempo una grande importanza, non solo economica, nel nostro territorio. Il bando della Regione Lombardia dedicato alla ricerca e

all'innovazione attraverso le aggregazioni ci fornisce l'opportunità di clusterizzare le nostre realtà produttive. Trasformare queste realtà in un distretto rappresenterebbe il perfezionamento di un lavoro iniziato già diversi anni fa». Secondo l'imprenditore, infatti, «bisogna avere la lungimiranza di individuare i settori che crescono e che hanno delle prospettive di sviluppo per poi investire delle risorse in questi settori. La dispersione delle risorse in mille rivoli - come il passato dimostra - non produce alcun risultato significativo» perché quando si compete a livello globale - «come nel nostro caso - bisogna essere strutturati ed attrezzati, anche nelle dimensioni, per sostenere una sfida di questa portata». La cosmesi, per il nostro territorio, rappresenta indiscutibilmente uno di questi asset strategici su cui investire.

«Dalla realizzazione di questo cluster - prosegue Moretti - abbiamo la possibilità di fare networking, formazione e ricerca. Si produrrà una contaminazione positiva, potranno nascere relazioni e collaborazioni fruttuose. Le aziende sanno fare molto bene il loro mestiere. Hanno solo bisogno di avere alcuni strumenti per rendere più agevole l'attività quotidiana». L'obiettivo del progetto, dunque, è quello di supportare il tessuto produttivo locale e costruire sinergie territoriali che permettano al cluster di diventare un

Nella foto al centro Matteo Moretti CEO di Lumson una delle realtà produttive che daranno vita al progetto 'Advanced Cosmetic Manufacturing'

vero punto di riferimento regionale e nazionale. Il raggiungimento di tale obiettivo non può prescindere dalla costruzione di un habitat che sia favorevole ed attrattivo per le aziende; da questo punto di vista è quindi di fondamentale importanza considerare in primis la formazione delle risorse umane che saranno chiamate ad operare nelle imprese come ad esempio i tecnici, i chimici, gli informatici, i coloristi etc.

L'impatto che l'"Advanced Cosmetic Manufacturing" vuole ottenere si rifà sostanzialmente ad un incremento in termini di competitività non soltanto per le singole aziende ma anche per le intere filiere cosmetiche; in quest'ottica le ricadute riguarderanno tutto l'ambito produttivo cosmetico lombardo ed i singoli comparti settoriali da cui è attraversata (produzione cosmetica, packaging, macchinari e componenti). Il cluster è e deve diventare una vera e propria fucina per nuovi processi e prodotti.

Le grandi potenzialità di Cremona e della sua Provincia risiedono nella molteplicità di assets strategici ai quali il territorio può fare riferimento. Oltre ai settori tipici quali l'agroalimentare, il meccanico e manifatturiero, quello

cosmetico potrebbe senza dubbio rappresentare il fiore all'occhiello, quel valore aggiunto che permetterebbe a Cremona di fare un passo ulteriore e differenziarsi.

Il polo della cosmesi, nato oggi in maniera spontanea sulla base dell'ampia presenza di aziende di settore sul territorio, necessita di supporto da parte di tutti gli attori economici territoriali; il progetto è corposo e complesso ma i dati parlano chiaro: Crema, Bergamo e Milano rappresentano il triangolo d'oro della cosmesi forte di 500 realtà produttive.

Secondo Cosmetica Italia l'associazione di categoria delle imprese cosmetiche il valore della produzione nel 2015 ha superato i 10 miliardi di euro, crescendo di un altro 14,3 per cento rispetto all'anno precedente e garantendo lavoro a 35 mila addetti (54 per cento donne, 11 per cento con laurea). Il 60 per cento dei trucchi utilizzati in tutto il mondo è realizzato in quest'area che vede il cremasco al vertice del triangolo.

Se questi sono i dati rilevanti di partenza, l'obiettivo è il passaggio da naturale cluster a cluster tecnologico avanzato.

Che cosa significa cluster tecnologico avanzato in campo di cosmesi?

Si tratta del superamento del polo, inteso come distretto, in un'ottica più evoluta. Per garantire lo sviluppo dell'economia a livello regionale e nazionale, infatti, è maturato nel corso degli anni il convincimento che a competere siano soprattutto i sistemi territoriali e che per garantire questa competitività sia necessario il pieno coinvolgimento di tutti gli attori pubblici e privati della ricerca e dell'innovazione. E' in questo senso che si vuole pensare ad un cluster tecnologico avanzato nel settore della cosmetica.

“

PROTAGONISTA

Crema al centro di un'area dove si produce il 60% del makeup

MORETTI

Lungimirante individuare i settori che crescono ed investirvi risorse

OLTRE IL POLO

Prevalgono i sistemi territoriali che coinvolgono tutti gli attori

”



PER FAR DECOLLARE LA COMPETITIVITÀ COINVOLTE CINQUE IMPRESE E DUE UNIVERSITÀ

“Advanced Cosmetic Manufacturing”

Progetto - “Advanced Cosmetic Manufacturing” punta ad aumentare la competitività della filiera attraverso la ricerca, lo sviluppo e l'innovazione in ambito di manifatturiero avanzato. L'output di progetto sarà una nuova generazione di processo produttivo ottimizzato in ambito cosmetico, caratterizzato da alta efficienza e tracciabilità lungo tutta la catena di filiera e con forte impatto in termini di competitività delle singole aziende e di intere filiere cosmetiche, che di ricadute per tutto l'ambito produttivo cosmetico lombardo e per i singoli comparti set-

toriali da cui è attraversata (produzione cosmetica, packaging, macchinari, componenti).

Partecipanti - Associazione Industriali di Cremona, Reindustria Innovazione, Ancorotti Cosmetics, Lumson, Omnicos Group, Regi, Eurofins Biolab, Dipartimento di Scienze dell'Informazione, Università degli Studi di Milano, Dipartimento di Ingegneria Gestionale, Politecnico di Milano, Dipartimenti di Ingegneria Elettronica, Informatica e Bioingegneria, Politecnico di Milano.

Obiettivi - Valorizzare la capacità competitiva della presenza cosmetica

attraverso la ricerca, lo sviluppo e l'innovazione nel manifatturiero avanzato ed in particolare nei sistemi produttivi ad alta efficienza per arrivare ad una nuova generazione di processo produttivo ottimizzato in ambito cosmetico, caratterizzato da alta efficienza lungo tutta la catena di filiera, con forte impatto in termini di flessibilità delle linee produttive e di competitività nei confronti dei paesi terzi, a vantaggio delle aziende partecipanti, ma anche quale ricaduta permanente per tutta la cosmetica lombarda.

Vision strategica - I pilastri su cui na-

scende e si sviluppa questa proposta progettuale sono: un approccio human-centric manufacturing, con una profonda rivalutazione del capitale umano e la ridefinizione dei ruoli e del contesto organizzativo; l'interazione tra le funzioni e i livelli avviene tramite comunicazione multidirezionale tra processi produttivi e prodotti, anche nella fase del loro sviluppo; la concezione dell'azienda cosmetica in chiave di manifattura 4.0 adotta tecnologie abilitanti (simulazione tra macchine interconnesse per ottimizzare i processi e robot collaborativi interconnessi e

rapidamente programmabili); un'ampia base dati per ottimizzare prodotti e processi produttivi, che permette simulazioni di processo, metodi e strumenti di previsione avanzata a supporto delle decisioni aziendali; una ridefinizione del valore e del contributo al prodotto lungo tutta la filiera. In quest'ottica è il prodotto che ridefinisce la cornice del processo produttivo ottimizzabile e che permette l'integrazione delle informazioni lungo la catena del valore dal fornitore al consumatore, sia relativamente alla dotazione tecnologica che al capitale umano.