Tiratura: 30.000

3D printing creative

Quadrimestrale

Data 05-2017
Pagina 16/19
Foglio 1 / 4

Osservatorio italiano

Una misurazione del mercato nazionale dell'additive manufacturing fatta da NetConsulting Cube ci offre una fotografia di un Paese che l'anno scorso ha speso 245 milioni di euro in stampa 3D e che quest'anno prevede di investire il 27% in più

di Dario Colombo

Quanto pesa attualmente una tecnologia sulle scelte aziendali, che dimensioni ha il mercato, cosa si attendono gli operatori? Sono le domande che tipicamente si fa un'analista di mercato e che poi fa ai soggetti che trova sul campo per dare un quadro e una dimensione al fenomeno. Così ha fatto NetConsulting Cube (**www.netconsultingcube.com**), con il tema additive manufacturing. Abbiamo intervistato Anna Maria di Ruscio, ceo di della società di analisi, e Simona Lissemore, per farci illustrare i risultati delle loro prime ricerche fatte in Italia.

Come e quando è nata l'idea di un osservatorio sull'additive manufacturing?

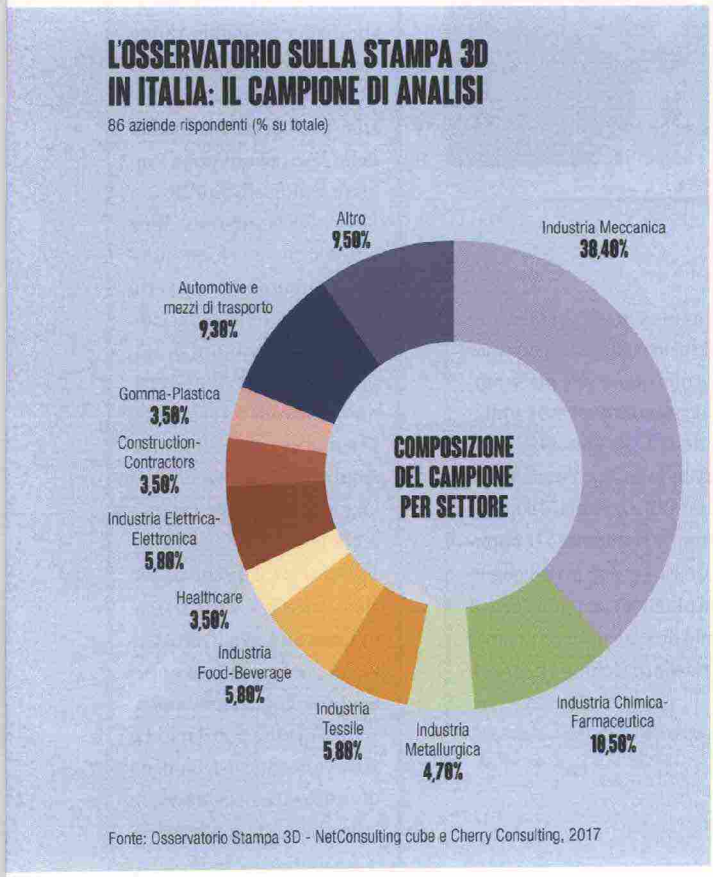
Già da qualche anno NetConsulting Cube osserva con interesse il mercato dell'additive manufacturing. In particolare un paio di anni fa con AICA abbiamo analizzato alcuni aspetti del fenomeno, soprattutto in relazione alla diffusione dei Fablab e dei maker. Va da sé che la manifattura additiva esiste da decenni, ma fino a questo momento è sempre stato un argomento da specialisti, da addetti ai lavori di precise nicchie industriali. Memori di quel positivo approccio, con il partner Cherry Consulting, l'anno scorso abbiamo ripreso quell'attività estendendola all'intero comparto manifatturiero italiano e inquadrandola nel più articolato concetto di Industria 4.0.

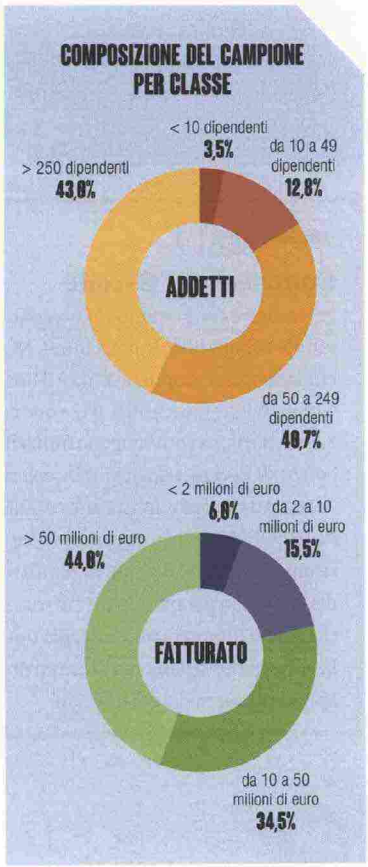
Qual è il perimetro di indagine usato per valutare l'adozione dell'additive manufacturing e della stampa 3D in Italia?

In questo primo osservatorio ci siamo concentrati sulle aziende di produzione, cioè sul comparto manifatturiero. I rispondenti alla nostra survey sono stati 86. A livello settoriale si osserva una elevata presenza di aziende dell'industria meccanica, seguita dal comparto chimico-farmaceutico e da quello automotive. Le figure rispondenti sono state per il 58% dei casi legate al Top Management e alle line of business (Direttore Generali, responsabili di produzione, responsabili R&D) e per il 42% responsabili dei sistemi informativi.

Con quali obiettivi le aziende italiane hanno detto di aver adottato la stampa 3D?

Coerentemente con il percorso che le aziende italiane stanno effettuando nell'adozione dell'Additive manufacturing, oggi le principali motivazioni che portano le aziende ad adottare stampanti 3D sono legate all'ambito di prototipazione, in particolare alla riduzione dei tempi di prototipazione, seguita dalla riduzione degli errori.





Codice abbonamento: 093916

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Aica

SCENARI

Senz'altro questi aspetti sono legati a una maggiore efficienza della fase di prototipazione, che grazie alla stampa 3D permette di creare modelli fedeli del prodotto finito. Tuttavia, leggendo attentamente le risposte, si scopre come sia prorompente nelle scelte di adozione l'aspetto legato alle strategie aziendali. Questo si evidenzia negli obiettivi di ridurre il time to market per l'uscita di nuovi prodotti sul mercato, garantito dalla stretta governance dell'attività di prototipazione, di incrementare il livello di personalizzazione dei prodotti, di effettuare il back shoring dell'attività al fine di riportare all'interno dell'azienda un processo così delicato del business, contenendo il rischio di frodi e imitazioni oltre al rischio di errori e imperfezioni nella fase di creazione dei prototipi, esigenza questa particolarmente sentita nel settore dell'automotive e produzione di mezzi di trasporto.

In quali aree di attività le aziende hanno inserito la stampa 3D?

Un aspetto interessante dell'indagine svolta è proprio relativo alle aree aziendali e ai processi oggetto di introduzione delle stampanti 3D. È evidente, anche in questo caso, l'impulso che proviene da una logica pervasiva di utilizzo del digitale all'interno dei processi core delle aziende, quindi in una logica Industria 4.0, che consente non solo di connettere apparati, macchinari, sistemi robotici al fine di abilitare nuovi servizi (si pensi alla predictive maintenance) ma anche di integrarne le informazioni e i dati in modo da ottimizzare la produzione, ridurre guasti degli impianti e scarti di lavorazione.
La fase di progettazione e prototipazione si conferma quella elettiva per l'utilizzo della stampa 3D con una adozione attuale nel 56% delle aziende e una prospettiva di utilizzo ulteriore del 36% per arrivare ad un tasso di penetrazione nel campione nel medio termine del 92%. La sorpresa arriva dall'area della produzione, dove oggi il 25% delle aziende ha già introdotto le stampanti e addirittura il 39% intende farlo a breve. Negli stabilimenti, tra l'altro, si rileva il numero medio più elevato di stampanti 3D, pari a 1,7. Altro aspetto ancora sullo sfondo, ma significativo nelle intenzioni, è quello relativo all'introduzione di stampanti 3D nei canali di assistenza e di manutenzione: se il 15% delle aziende del campione ha già introdotto i macchinari, circa il 27% intende farlo, seppure con prudenza, infatti il numero medio delle stampanti 3D introdotte è fermo all'unità. Introdurre stampanti 3D nei canali di assistenza ha un impatto forte sulla revisione dei processi e dei modelli di business, questo spiega la cautela ma anche il desiderio di percorrere nuove strategie.

Quali sono le evoluzioni che prevedono le aziende?

Le 40 aziende che hanno già introdotto la stampa 3D nei propri processi prototipali e produttivi esprimono l'intenzione di passare da un utilizzo contenuto dell'additive manufacturing a uno più pervasivo, che vada a sostegno dell'innovazione. Questo aspetto è evidente nelle prime due risposte alla domanda sulle evoluzioni attese: ampliamento dei prodotti di impiego e raggiungimento di nuovi modelli di business. Questo percorso risulta coerente con l'acquisizione graduale delle competenze necessarie non solo sui macchinari ma soprattutto sui materiali e sui software di elaborazione 3D.

LEONARDO REVO
LA RIVOLUZIONE NELLA STAMPA 3D

Vivi la rivoluzione nella stampa 3D: con il suo **enorme piano di lavoro** (600x500x600 mm), Leonardo Revo permette di stampare **oggetti di grandi dimensioni** in un unico processo.

L'alta qualità della **meccanica** e dell'**elettronica**, il **design** all'avanguardia e la **facilità d'uso** fanno di Leonardo Revo uno strumento indispensabile per il tuo lavoro.

Scopri **Leonardo Revo** in anteprima il 20, 21 e 22 aprile al **Technology Hub** di Milano

Salone: **ADDITIVE MANUFACTURING HUB**
Padiglione: **MiCo**
Stand: **F15**

BB CURE
UV CURING SYSTEM

Completa la finitura dei tuoi modelli 3D in resina con la linea di **polimerizzatori professionali BB Cure**.

L'evoluzione dei materiali per la stampa richiede sistemi di trattamento **sempre più performanti**.

BB Cure è lo strumento progettato per chi cerca un sistema professionale per la polimerizzazione delle stampe 3D. BB Cure è disponibile in 3 modelli specifici per resine **Jewelry**, **Dental** e **Tech**.

MECCATRONICORE

Via dell'Ora del Garda 99 (TN)
+39 0461 1975665
info@meccatronicore.com
meccatronicore.com

Codice abbonamento: 093916

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Aica

Annamaria Di Ruscio,
Amministratore Delegato
NetConsulting Cube

Simona Lissemore,
Project Manager
NetConsulting Cube

L'ampliamento del parco stampanti è una conseguenza dei primi due obiettivi, così come l'ampliamento dei processi di applicazione delle tecnologie additive. Interessante è anche l'intenzione di creare collaborazioni continuative con università, centri di ricerca, Fablab per la ricerca e la sperimentazione. Una considerazione che deriva da questi dati è che le barriere all'accesso alle tecnologie additive si abbassano progressivamente con l'incremento delle conoscenze e delle competenze delle aziende e con la comprensione e misurazione dei benefici raggiungibili. Questo processo consente alle aziende di ragionare in termini strategici ad ampio respiro e di vedere le nuove tecnologie come abilitanti vantaggi competitivi nei confronti delle aziende concorrenti che non le adottano.

Come si configura il mercato italiano della stampa 3D, per valore, unità vendute, brand, settori di utilizzo?

Il mercato mondiale della stampa 3D, secondo i più accreditati analisti, vale tra i 5 e i 7 miliardi di dollari. La stima effettuata sul mercato italiano è pari a 245 milioni di euro nel 2016. Il mercato, per questo primo anno di Osservatorio, è relativo alle stampanti professionali ed industriali. Restano esclusi i settori della PA, della Sanità, le Università e le scuole, il segmento consumer. Il segmento hardware e materiali include le stampanti 3D professionali acquistate dalle aziende e i materiali consumabili, utilizzati per la realizzazione di prototipi/prodotti. Il segmento software e servizi include l'acquisto di software di prototipazione e produzione (anche presente nei PLM), i servizi di consulenza e integrazione e i servizi forniti dai Centri Servizi specializzati nella Stampa 3D. Include anche i servizi dei system integrator dedicati specificamente alle attività di Additive Manufacturing nella logica Industria 4.0. Il mercato evidenzia una crescita del 27% nel 2017, tale dinamica tiene conto anche degli stimoli agli investimenti che dovrebbero derivare dal Piano Calenda. Grazie alle agevolazioni fiscali dell'iperammortamento e alla Nuova Sabatini, la componente che registrerà la crescita maggiore sarà quella dell'hardware e dei materiali, il cui numero medio aumenterà in ragione della maggiore introduzione in produzione; altro aspetto da considerare è che le stampanti 3D presenti in produzione richiederanno sempre più materiale rispetto alla prototipazione rapida. Infine, le macchine per la produzione sono solitamente macchine di dimensioni maggiori con un prezzo medio più elevato. C'è anche un effetto moltiplicatore da tenere presente: man mano che aumenta la base installata, aumenta anche il consumo di materiali e anche il ricorso a servizi e software che devono essere utilizzati.

Quanto AM e 3D sono effettivamente parte di Industria 4.0, quanto lo saranno, e a quali condizioni?

È interessante e anche incoraggiante notare come ben il 78% delle aziende del campione mostri un interesse per il tema Industria 4.0: i dettagli evidenziano che il 7,2% delle aziende lo ha già affrontato, il 21,7% – ovvero le aziende di maggiori dimensioni del campione – lo sta affrontando ora, mentre il 49,4% non lo ha ancora affronta-

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
Codice abbonamento: 093916
Aica

SCENARI

to ma intende farlo a breve. Rivolgendo lo sguardo agli ambiti di Industria 4.0 che si intende affrontare, il principale sul quale le aziende hanno lavorato o stanno lavorando è quello degli impianti e dei macchinari connessi ma al secondo posto viene indicata la manifattura additiva, con ben il 43,8% delle aziende che dichiara di lavorare (ora o in futuro) proprio in quest'area. In generale quello che è emerso è che le aziende industriali mostrano un buon interesse e una crescente sensibilità alla tematica, con alcuni settori che già utilizzano le stampanti 3D in diversi ambiti/processi

Questo percorso sarà facilitato dagli incentivi del Piano Calenda anche se permane una situazione di forte incertezza. Infatti ben il 42,5% delle aziende non ha ancora pensato o non prevede l'utilizzo degli incentivi previsti dal Piano. Queste sono per lo più grandi aziende del settore meccanica e elettronica, quindi in parte sono aziende che si sono già mosse in autonomia sulla stampa 3D con progetti stand alone, non inseriti all'interno di un Piano Industria 4.0 Più critico il 35% delle aziende, che pensa agli incentivi ma non sa ancora come muoversi: si tratta di aziende per lo più di medie dimensioni (anche se non mancano le grandi) e prevedono anche un Piano Industria 4.0 (ma non ancora implementato). Vi è poi un 22,5% di aziende che ha intenzione di utilizzare gli incentivi previsti dal Piano.

Cosa serve alle aziende per ampliare gli ambiti di applicazione? Consulenza, formazione, visione?

A fronte di un mercato che crescerà a tassi importanti nei prossimi anni, rimangono alcuni punti di attenzione per le aziende, che vanno indirizzati per cogliere appieno le opportunità di queste tecnologie.

Innanzitutto oggi esiste un gap di competenze che deve essere assolutamente colmato per far fronte alla corretta scelta dei materiali da impiegare, dei software più adatti da utilizzare (sia in prototipazione, sia in produzione), dei macchinari su cui investire.

Più in generale queste competenze specifiche sulla manifattura additiva si devono incanalare all'interno di un incremento di competenze in ambito Industria 4.0.

In secondo luogo, dalle risposte delle aziende si evince un tema di metodologia da applicare alle scelte in stampa 3D che indirizzi le scelte facendo riferimento a business case sia economici, sia tecnologici per avere delle evidenze circa i reali impatti sul business, così come sui processi e sull'organizzazione all'interno delle aziende. Sarà poi sempre più importante individuare dei Kpi (Key Performance Indicator) in grado di valutare il ritorno dell'investimento: solamente il 12,5% delle aziende che ha introdotto stampanti 3D ha sviluppato dei KPI per valutare il ROI. Infine, ma non meno importante, occorre avere un adeguato supporto da parte dei fornitori dell'intero ecosistema della stampa 3D. Il mondo dei fornitori, in particolare quello dell'hardware, è a tutt'oggi ancora abbastanza sconosciuto dalle aziende utenti, oltre che particolarmente frammentato. Servirebbe quindi anche un "patto" di filiera, tra aziende fornitrici di software, hardware, materiale, servizi, consulenza, centri di ricerca, università, associazioni, fablab per supportare le aziende nel percorso verso digitalizzazione e Industria 4.0.

Codice abbonamento: 093916

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Aica