

LAURIERI, INNOVAZIONE TECNOLOGIA E TANTA FORMAZIONE PER ESSERE COMPETITIVI

Dall'esperienza con Fondimpresa la spinta decisiva per la trasformazione digitale

Far coesistere e lavorare insieme uomo e robot. Una sfida per niente inedita per le aziende italiane, sempre più frequentemente chiamate ad operare in un contesto di trasformazione digitale, ma che rischia di complicarsi notevolmente se alla base non c'è una quota di buona formazione rivolta agli operatori di produzione, confezionamento, manutenzione e agli addetti al controllo di qualità. Lo sa bene la Laurieri Srl, storica azienda del settore food nata a Matera sul finire degli anni Settanta ad opera dei fratelli Nicola e Francesco e specializzata in snack, dolci e salati, di alta qualità. Un caso imprenditoriale di successo, che oggi può contare su 3 linee di produzione completamente automatizzate, gestite da personale qualificato e costantemente aggiornato. Grazie alla strategia aziendale basata sulla formazione continua del capitale umano a supporto dell'innovazione tecnologica di processo e prodotto, l'impresa lucana è presente, con il marchio "Fratelli Laurieri Master Bakers", a bordo delle principali compagnie aeree del mondo (da Alitalia a American Airlines, da Qatar ad easyJet) e nei vagoni di Trenitalia. L'aver aderito negli anni scorsi al programma "Robotics" di Fondimpresa Basilicata (Risorse formative Business innovation & Technological Solutions) ha rappresentato senz'altro la spinta decisiva per imboccare la strada della trasformazione digitale. «Un'esperienza che pensiamo di ripetere – dichiara Gianni Laurieri del board aziendale -, anche perché l'età media dei nostri 52 dipendenti è 26 anni e le condizioni per recepire al meglio i dettami dell'Industria 4.0 ci sono tutte».

La scelta (vincente) della monoporzione

per reagire ai cambiamenti del mercato

Se l'obiettivo iniziale della Laurieri era quello di conciliare l'avvento della tecnologia più avanzata con il know-how tecnico dei propri dipendenti - al fine di realizzare biscotti dolci e salati senza conservanti e capaci di sostenere una scadenza di un anno ma mantenere comunque la propria essenza artigianale - allora si può dire, senza tema di smentita, che tale obiettivo sia stato pienamente raggiunto. L'intuizione del travel catering e della monoporzione ha fatto il resto, rappresentando negli anni il lasciapassare per i mercati esteri, da cui l'azienda trae l'80 per cento del fatturato totale (l'ultimo è di 9,5 milioni di euro).

La collaborazione con Fondimpresa Basilicata e il Caisial "Federico II" di Napoli

La robotizzazione avanzata e la digitalizzazione delle fasi di produzione hanno consentito un aumento della produttività in azienda e la riduzione dei lead time di distribuzione. Ciò ha comportato però una esigenza di formazione del personale sempre più pressante; persona-

le che andava, anche emotivamente, coinvolto nelle nuove ed innovative lavorazioni. Un coinvolgimento che è avvenuto attraverso l'adesione al programma Fondimpresa Basilicata, che si avvalsa della collaborazione del Caisial, il Centro di Ateneo per l'innovazione e lo sviluppo dell'Industria alimentare dell'Università di Napoli "Federico II", diretto dal professor Paolo Masi. A coadiuvarlo i professori Annalisa e Raffaele Romano ed il dottor Vincenzo Oliano, storico consulente dell'azienda con consolidata esperienza in automazione industriale.

«Ma non ci fermiamo qua – spiega Gianni Laurieri -, abbiamo in mente nuovi corsi di robotica e di mecatronica, da tenere sempre con l'ausilio di Fondimpresa e, se possibile, con il supporto scientifico del Caisial di Napoli. Investire in innovazione tecnologica e nella formazione del personale è il nostro cruccio. Per fortuna, possiamo contare su dipendenti molto giovani, alcuni dei quali sono nativi digitali, il che ci invoglia ad alzare sempre più l'asticella della qualità e a fare della trasformazione digitale il must per rimanere competitivi sui mercati esteri».



GIANNI LAURIERI

“

**CONTIAMO
SUI GIOVANI
PER RIMANERE
COMPETITIVI**