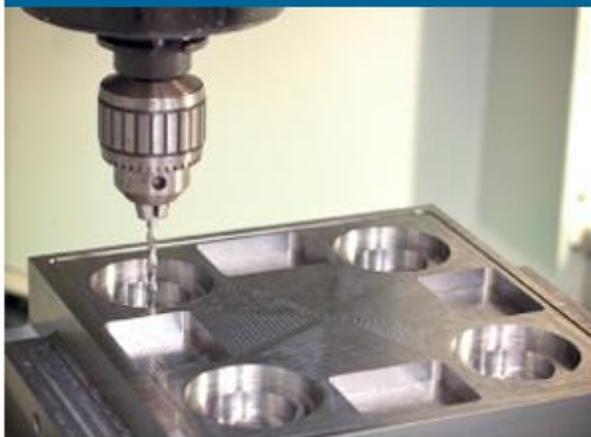




**MECCANICA**  
**VIMERCATI**

LAVORAZIONI  
MECCANICHE  
DI ALTA PRECISIONE

## FRESATURA



## TORNITURA



## RETTIFICA



# TURNING



Polished Inox 303 screw for ice producing machine



Nitrided 41CrAlMo7 Pump Body for steel production plant

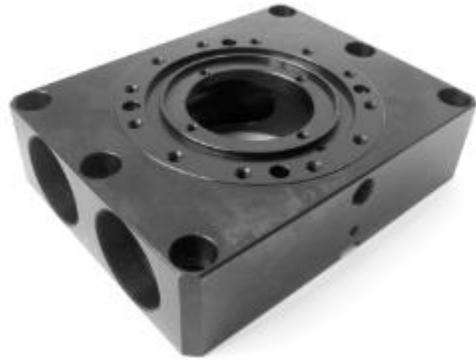


Inox 304L Body for Bottling Plant



Sandblasted bronze part for machine tool

# MILLING



# GRINDING





GIUNTI A LAMELLE IN ACCIAIO  
SERIE MV



GIUNTI A RULLI PER  
TAMBURI PORTAFUNE SERIE MVX



CUSCINETTI ASSIALI  
A RULLINI



GABBIE SPECIALI PER CUSCINETTI



RUOTE LIBERE SPECIALI



CUSCINETTI E CONTRORULLI

**BARREL COUPLINGS  
FOR DRUMS**  
MVX SERIES



MECHANICAL COMPONENTS AND TRANSMISSIONS

**PLATES PACK COUPLINGS**  
MV SERIES



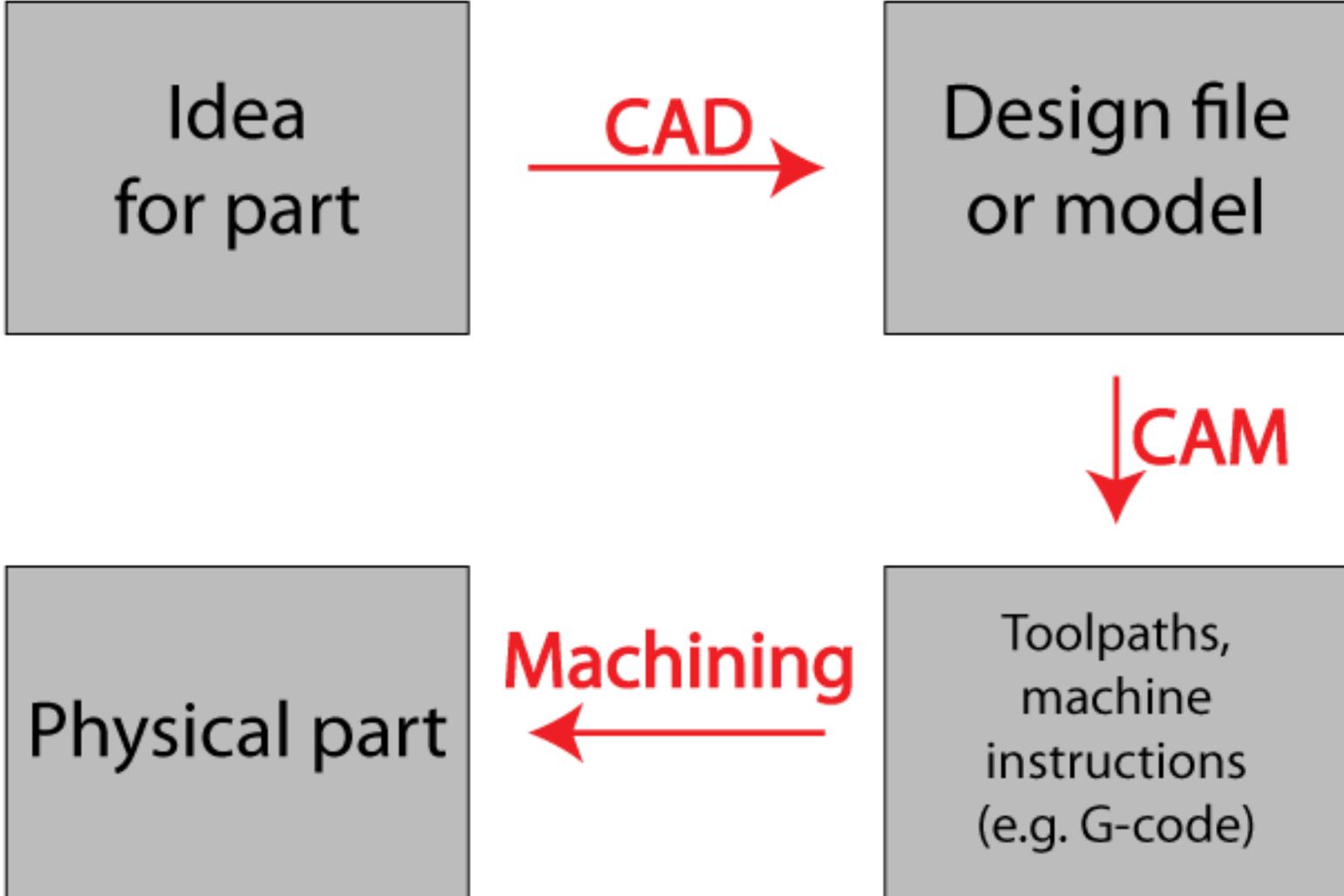
MECHANICAL COMPONENTS AND TRANSMISSIONS

# **MERCATO MATURO E DIFFICILE**

- COMPETITORS**
- LOTTI DI PRODUZIONE**
- LEAD TIME**
- COMPLESSITA' DI ESECUZIONE**

# **INNOVAZIONE E DIGITALIZZAZIONE DI TUTTO IL PROCESSO PRODUTTIVO**

- ACCRESCERE LA PRODUTTIVITA'**
- CICLI DI PRODOTTO PIU' RAPIDI**
- MIGLIORARE L'EFFICIENZA  
PRODUTTIVA**
- MIGLIORARE IL LAVORO DEL  
TEAM**

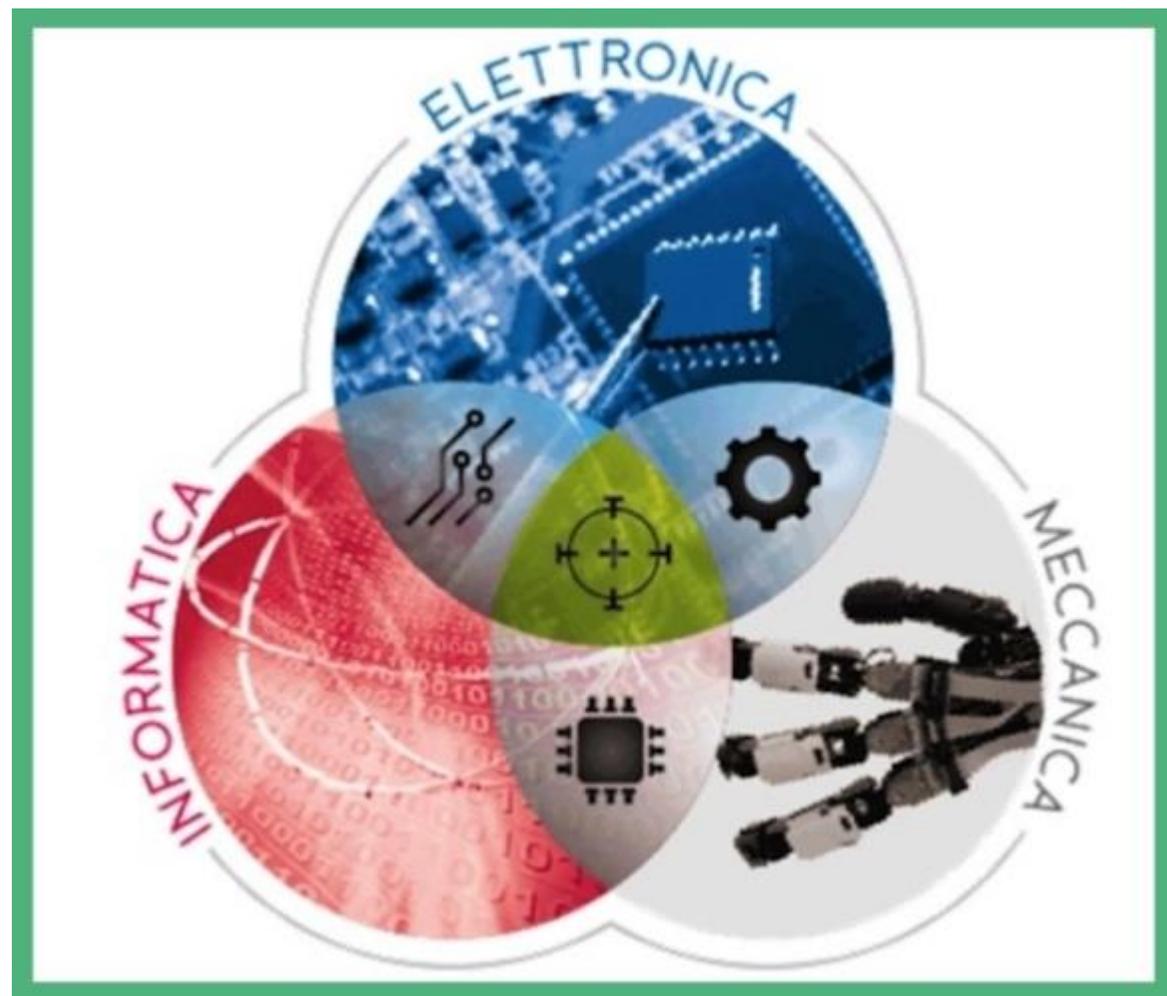


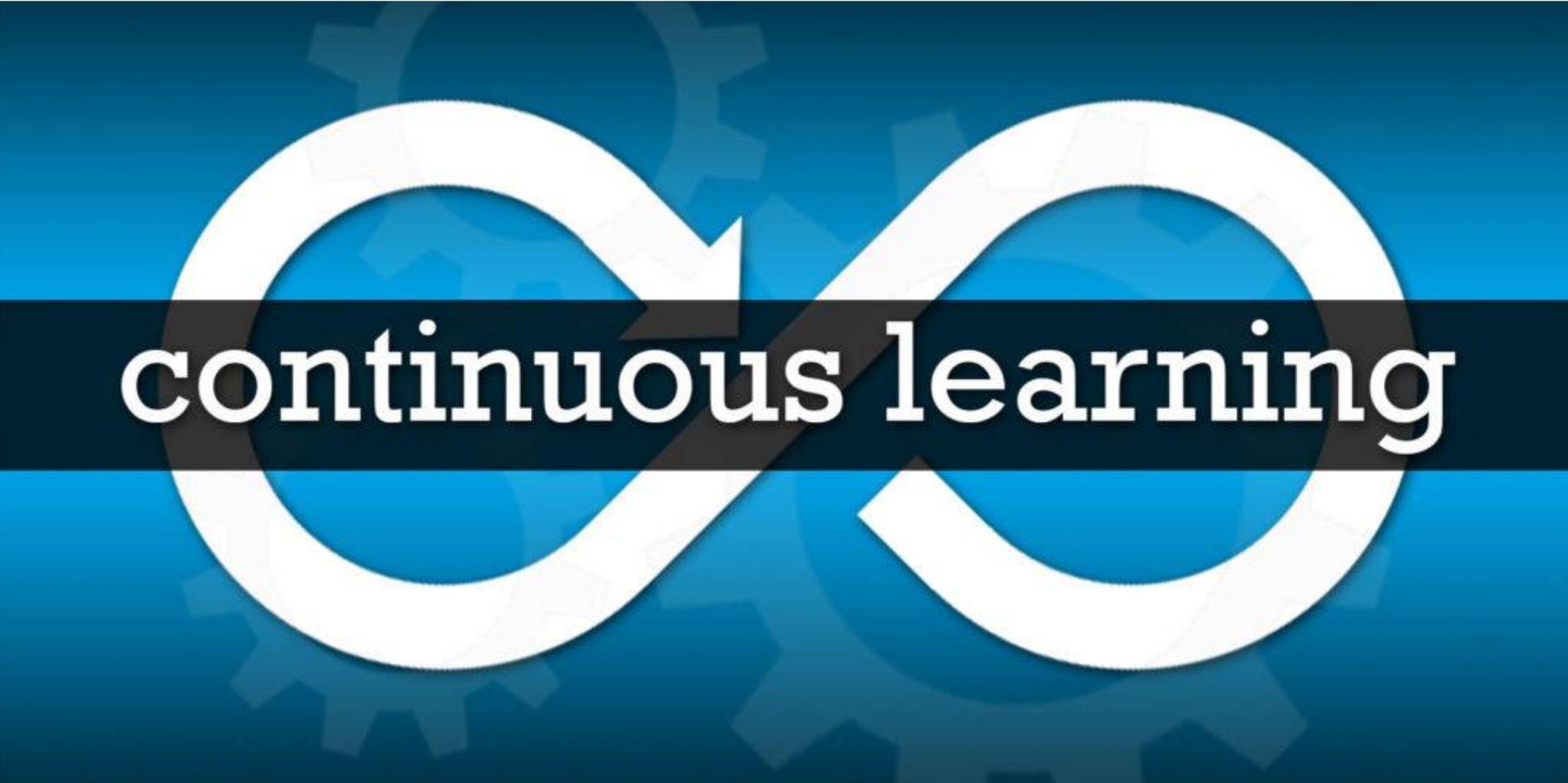
industry 4.0

---

**MES**

MANUFACTURING EXECUTION SYSTEM



The image features a dark blue background with a pattern of faint, light blue gears. Two large, white, stylized circular arrows are positioned horizontally, overlapping each other. The left arrow points to the right, and the right arrow points to the left, creating a continuous loop. A dark blue horizontal band runs across the center of the image, containing the text "continuous learning" in a white, lowercase, sans-serif font.

continuous learning

**[WWW.MECCANICAVIMERCATI.COM](http://WWW.MECCANICAVIMERCATI.COM)**



MECCATRONICA

la meccanica del futuro

# #ITALIAMECCATRONICA

Obiettivi del progetto, strategia e attività



ASSOLOMBARDA



L'immagine e la reputazione delle imprese metalmeccaniche sono ancorate ad una visione tradizionale e arcaica del settore che non riflette assolutamente l'evoluzione compiuta dalle imprese che vi operano.

Il gruppo Meccatronici di Assolombarda vuole avviare un piano pluriennale finalizzato a valorizzare il settore quale player fondamentale del sistema economico e far emergere le competenze distintive delle imprese che vi operano. Tra gli obiettivi, la necessità di avviare un piano di comunicazione ad ampio raggio che possa rinnovare l'immagine del settore verso tutti gli stakeholder, puntando sulla valorizzazione delle sue eccellenze e peculiarità, sia sul piano territoriale che nazionale ed internazionale, rilanciandone profilo ed attrattività.

# La percezione del comparto



Di seguito una sintesi dei risultati principali di una ricerca commissionata da Assolombarda per capire quale sia la percezione del settore Metalmeccanico e quale del settore Meccatronico.

## METALMECCANICA In una parola

### TOP 10

- #1 Fabbrica (12%)
- #2 Operaio (11%)
- #3 Ferro (7%)
- #4 Catena di montaggio (5%)
- #5 Acciaio (5%)
- #6 Tornio (5%)
- #7 Ingranaggi (4%)
- #8 Tuta (4%)
- #9 Automobile (4%)
- #10 Macchine (3%)

## MECCATRONICA In una parola

### TOP 10

- #1 Elettronica (11%)
- #2 Tecnologia (11%)
- #3 Meccanica (10%)
- #4 Innovativo (8%)
- #5 Robotica (7%)
- #6 Futuro (7%)
- #7 Nuovo (6%)
- #8 Automazione (6%)
- #9 Precisione (4%)
- #10 Informatica (3%)



Fonte: indagine  
Associazione Italiana  
Sviluppo Marketing

# La percezione del comparto



«Concordi sul fatto che questo aggettivo sia rappresentativo del comparto metalmeccanico?»



**pesante: 86%** (84 ÷ 88)

↑ 18-34 anni (92%)  
disoccupati (93%)

↓ 50-64 anni (79%)  
pensionati (72%)

**sporco: 57%** (53 ÷ 61)

↑ 18-34 anni (62%)  
casalinghe (71%)  
disoccupati (72%)  
pensionati (64%)

↓ occupati (51%)

**poco retribuito: 57%** (53 ÷ 61)

↑ 35-49 anni (63%)  
contatto diretto (63%)  
disoccupato (70%)

↓ studente (51%)



**sfruttato: 57%** (53 ÷ 61)

↑ contatto diretto (62%)  
contatto indiretto (72%)

↓ 18-34 anni (53%)  
femmine (53%)  
nessun contatto (52%)  
disoccupati (33%)

**poco qualificato: 33%** (30 ÷ 36)

↑ contatto indiretto (43%)  
casalinghe (40%)

↓ 18-34 anni (28%)  
maschi (28%)  
disoccupati (28%)

**poco sicuro: 31%** (28 ÷ 34)

↑ 35-49 anni (35%)  
50-64 anni (35%)  
contatto indiretto (39%)  
pensionati (40%)

↓ 18-34 anni (22%)  
disoccupati (21%)  
studenti (23%)

Fonte: indagine  
Associazione Italiana  
Sviluppo Marketing

# L'obiettivo, le ricadute desiderate e i target del progetto



# Dal cambio di nome al cambio di percezione

---



Il riposizionamento del settore deve partire da un'idea forte, capace di trasmettere in modo immediato ed efficace l'evoluzione compiuta dalle imprese, un cambiamento epocale:





Introdurre e rappresentare, attraverso una serie di attività e una narrazione dedicata, il concetto di Meccatronica per fare emergere i cambiamenti compiuti dalle imprese, le loro evoluzioni tecniche, tecnologiche e sociali, l'importanza del settore per il territorio e, più in generale, per il sistema Paese.

# Il Progetto

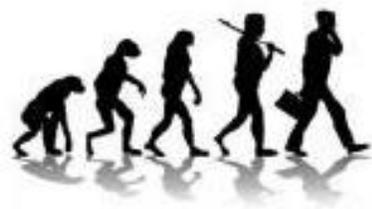
# La strategia



Ad oggi in pochi hanno un'idea chiara di cosa sia la Meccatronica: l'obiettivo primario quindi è quello di farla conoscere al pubblico.

Attraverso 4 assi portanti, denominati «motori» rappresenteremo a tutti gli stakeholder la complessità, i punti di forza e le caratteristiche distintive delle imprese che appartengono al settore Meccatronico.

## I 4 MOTORI DELL'ERA MECCATRONICA



UOMO MECCATRONICO



IMPRESA MECCATRONICA



INGEGNO MECCATRONICO



UNIVERSO MECCATRONICO

# La strategia



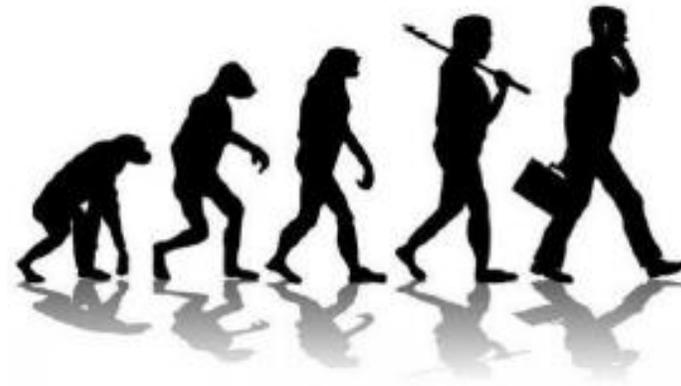
# I 4 Motori

Principali attività per ciascun motore



## OBIETTIVO

Superare i pregiudizi di genere e valorizzare la multiculturalità nelle imprese, facendo inoltre emergere immagine, competenze e talenti dei professionisti del settore e l'importanza del loro ruolo per l'impresa: da Operai Metalmeccanici a Tecnici Meccatronici.



## TARGET PRIMARI

Imprese - Dipendenti – Giovani – Opinione Pubblica – Scuole e Università



## OBIETTIVO

Comunicare l'impresa Meccatronica significa far emergere e valorizzare l'evoluzione compiuta dalle imprese. In altre parole, mettere in mostra il cambiamento organizzativo e promuovere l'immagine delle Fabbriche Meccatroniche.



## TARGET PRIMARI

Imprese – Istituzioni – Mercati – Media – Opinione pubblica –



## OBIETTIVO

Comunicare l'eccellenza tecnologica della Meccatronica Assolombarda significa far emergere la presenza della Meccatronica nella nostra vita di tutti i giorni, il contributo del settore allo sviluppo tecnologico.



## TARGET PRIMARI

Media – Opinione Pubblica – Giovani – Mercati – Scuole e Università



## OBIETTIVO

Far emergere i positivi impatti che la sua attività genera sul territorio e le interconnessioni che legano l'impresa, le istituzioni, il territorio e gli stakeholder.

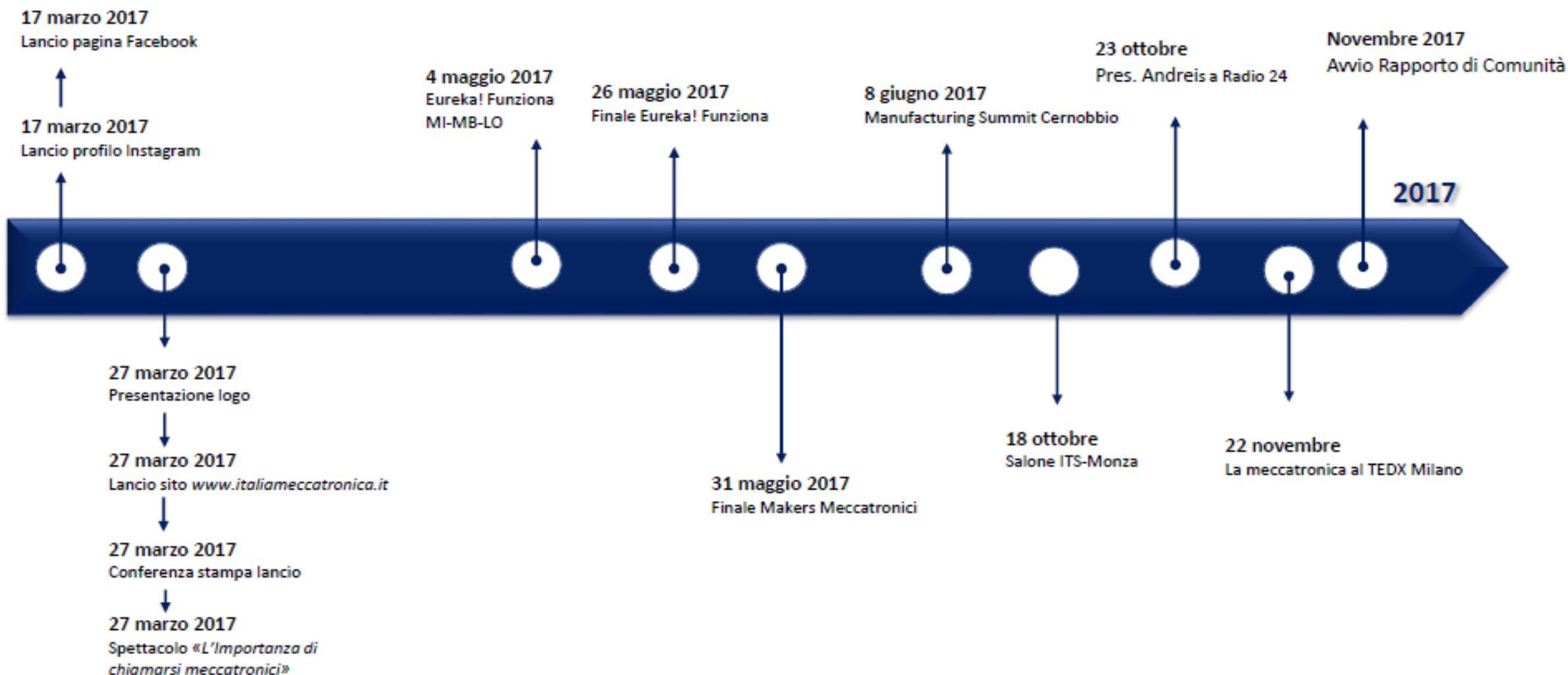


## TARGET PRIMARI

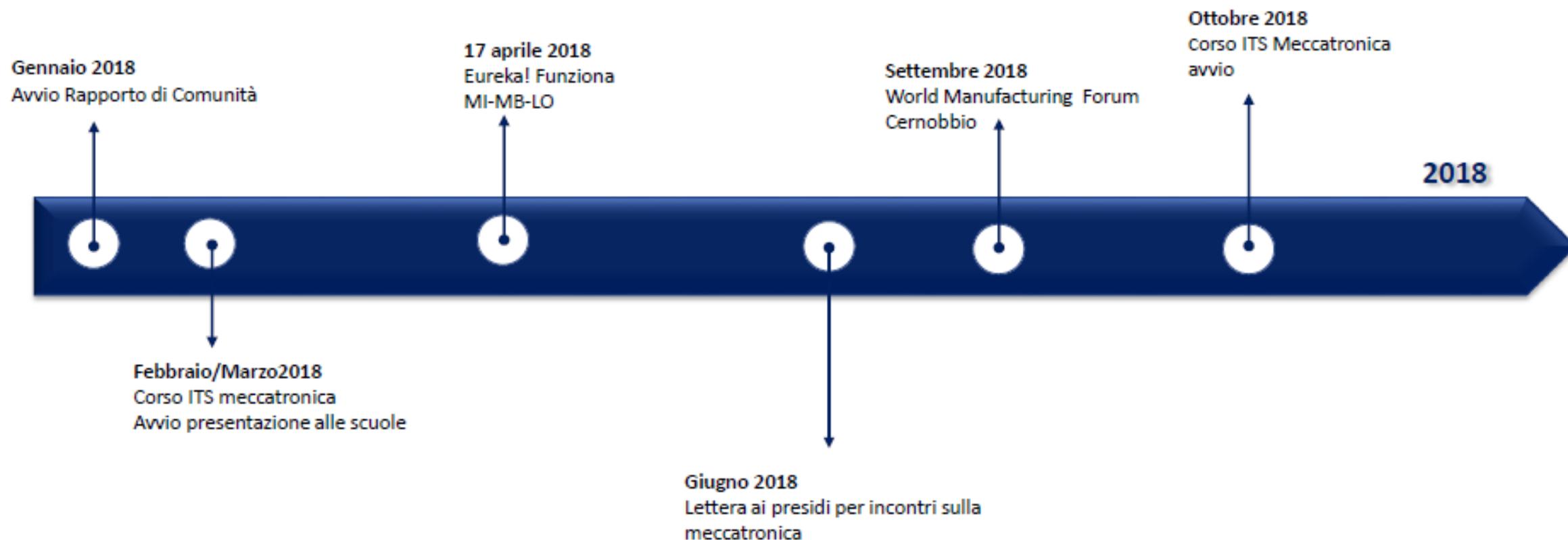
Istituzioni – Associazioni – Imprese – Sindacati – Scuole e Università

**Cosa abbiamo fatto**

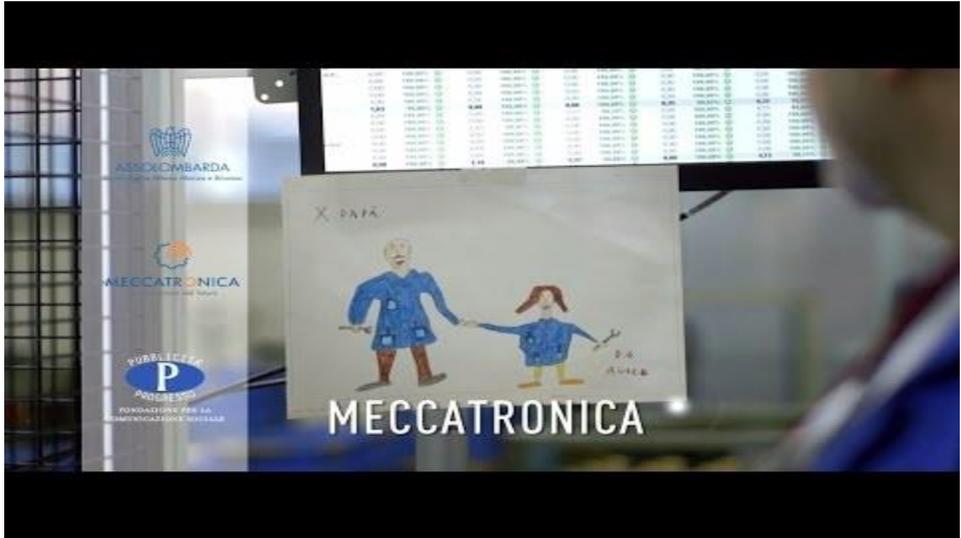
# Timeline attività svolte



# Timeline attività svolte







**Cosa stiamo facendo**

# Timeline attività svolte



# Formazione Meccatronica: un nuovo corso ITS

---



Il Progetto ItaliaMeccatronica vuole sensibilizzare i giovani sulle **nuove competenze** che le imprese stanno richiedendo, nuove figure da immettere nel mondo del lavoro.

Per questo abbiamo progettato, come Gruppo Meccatronici di Assolombarda, insieme al gruppo ITC e ad alcune nostre imprese, in collaborazione con l'ITS Rizzoli, un **nuovo corso di due anni** riferito ai temi della **Smart Manufacturing** che formerà una figura professionale non ancora presente sul mercato del lavoro, con **competenze ICT**, unite in modo integrato a **competenze di meccatronica**, che sia in grado di supportare le attività digitali di produzione in ambito industriale.

Il corso è partito a ottobre a Milano all'ITS Rizzoli.



Promuovere la meccatronica significa anche far conoscere e valorizzare il progetto ItaliaMeccatronica nelle **scuole**.

Per questo abbiamo scritto ai presidi dei maggiori istituti lombardi per incontrarli e attivare sinergie tra il progetto e l'attività delle scuole. In particolare, vorremmo valutare da un lato la possibilità di promuovere le attività e le iniziative degli istituti attraverso i nostri canali di comunicazione, dall'altro **presentare ai docenti ed agli studenti l'iniziativa**, così da stimolarli a seguire i nostri canali web e social e **condividere**, dove possibile, **le loro esperienze meccatroniche**.

**Per esempio i ragazzi possono seguire le nostre pagine social, sulle quali possono valorizzare i loro progetti realizzati a scuola (con foto e post).**

**Seguici su:**



# www.italiameccatronica.it

[chi siamo](#) [contatti](#)



MECCATRONICA

[MECCATRONICA E INDUSTRIA 4.0](#) [IL PROGETTO](#) [LE AZIENDE E LE PERSONE](#) [NEWS](#) [RASSEGNA STAMPA](#) [SOCIAL WALL](#) [GALLERY](#) [Q](#)

## #ItaliaMeccatronica

Scopri di più sul progetto #ItaliaMeccatronica

PROCEDI



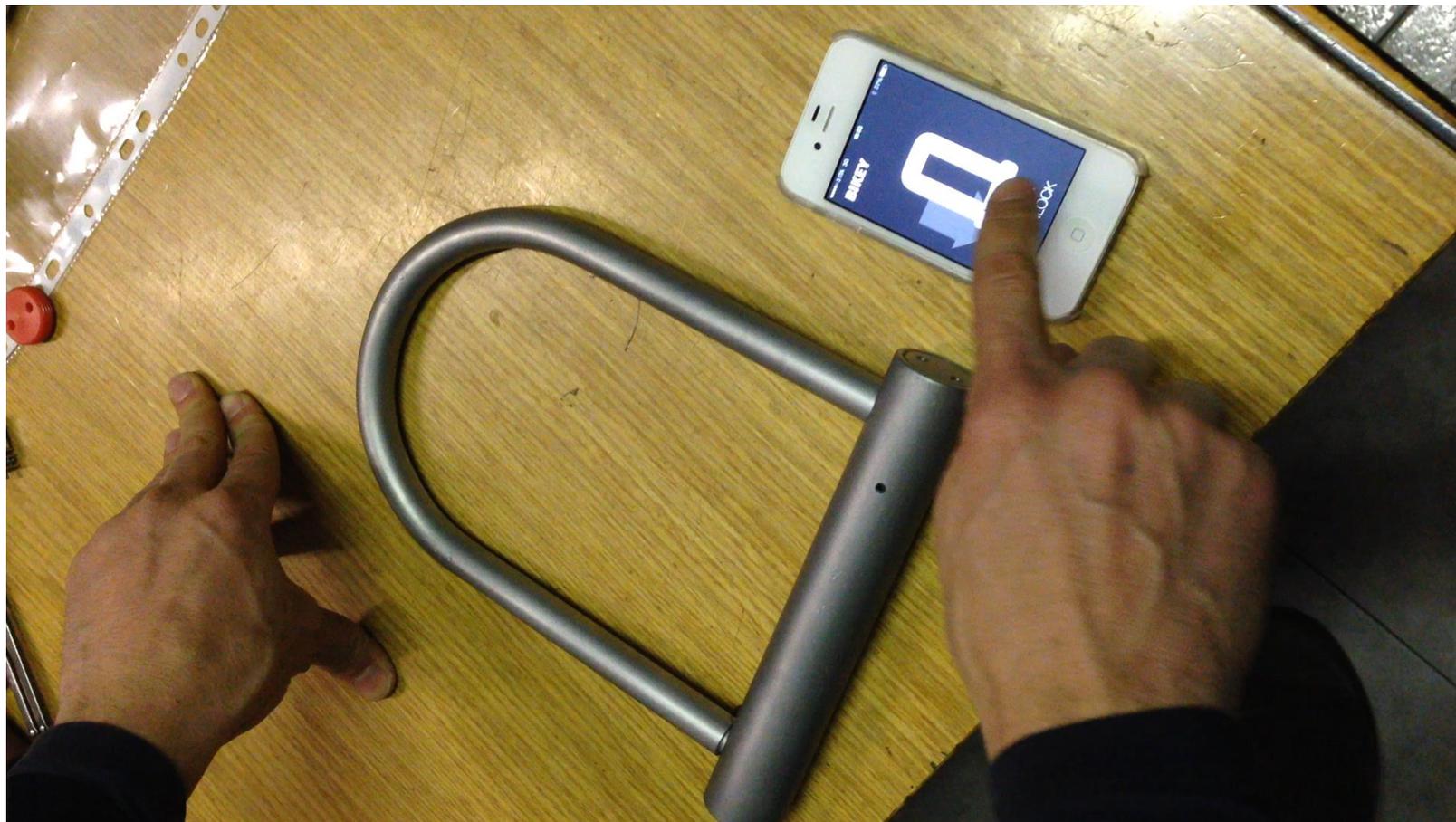
## Gli hashtag:

- **#ItaliaMeccatronica**
- **#IoMeccatronico**
- **#IngegnoMeccatronico**
- **#ImpresaMeccatronica**

# ULOCK.ME

SMART LOCK SECURE KEYLESS EASY

# FIRST PROTOTYPE





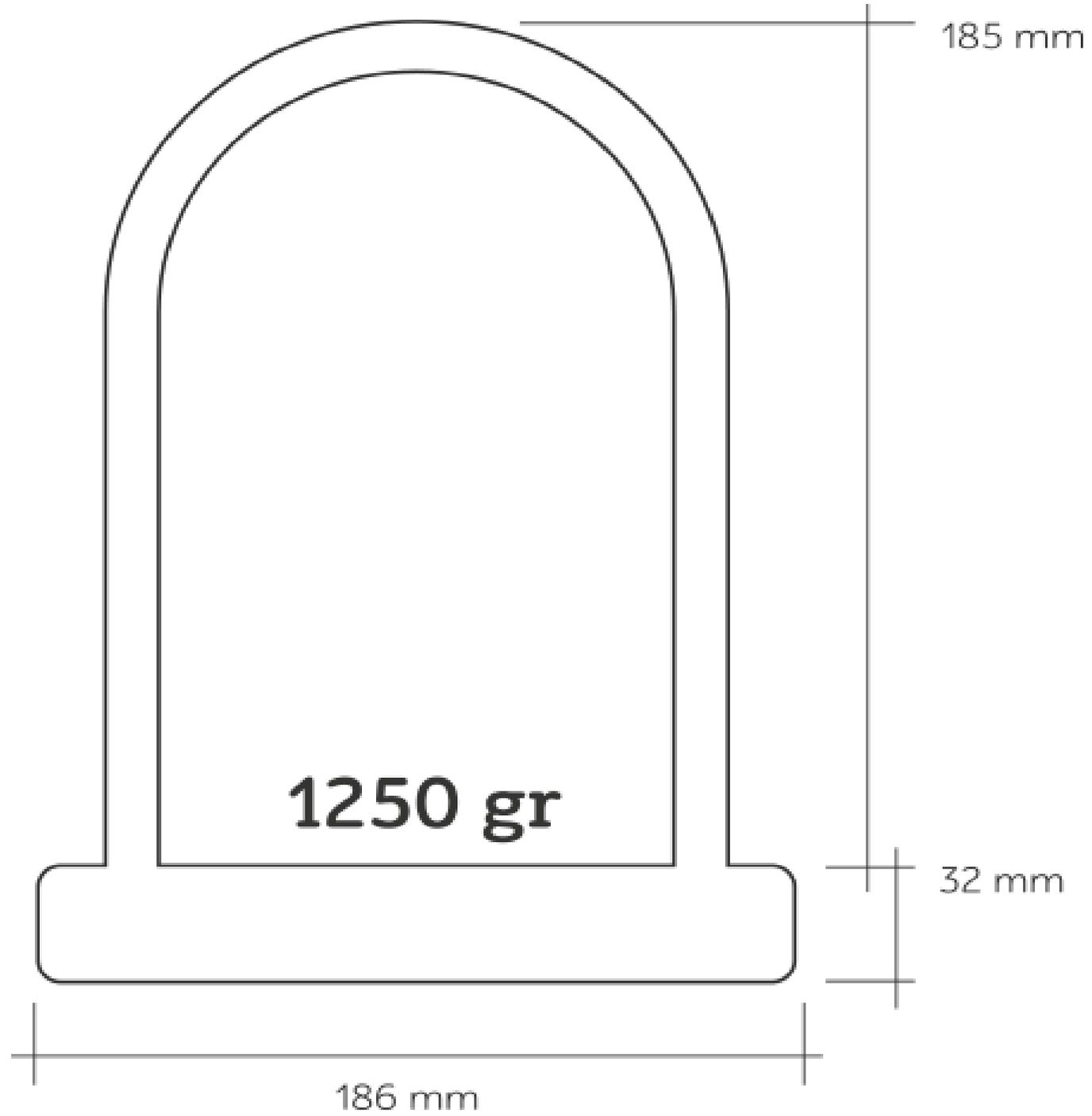
U LOCK

102

electronic components

6

mechanical components

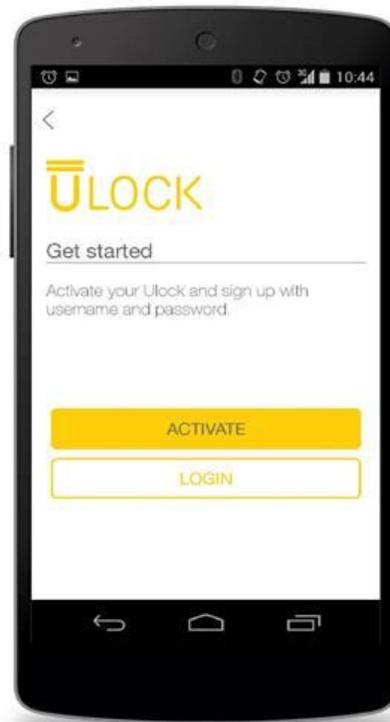






# ULOCK

LOCKED BUT REALLY OPEN MINDED



AVAILABLE ON IOS 8 AND ANDROID 4.3

# U LOCK

SECURITY MEANS  
HAPPINESS



U LOCK

NO  
KEYS



JUMP TO THE NEXT STEP  
SECURE, KEYLESS, EASY.

U LOCK



ADD TO CART  
AND LOCK IT

[www.ulock.me](http://www.ulock.me)

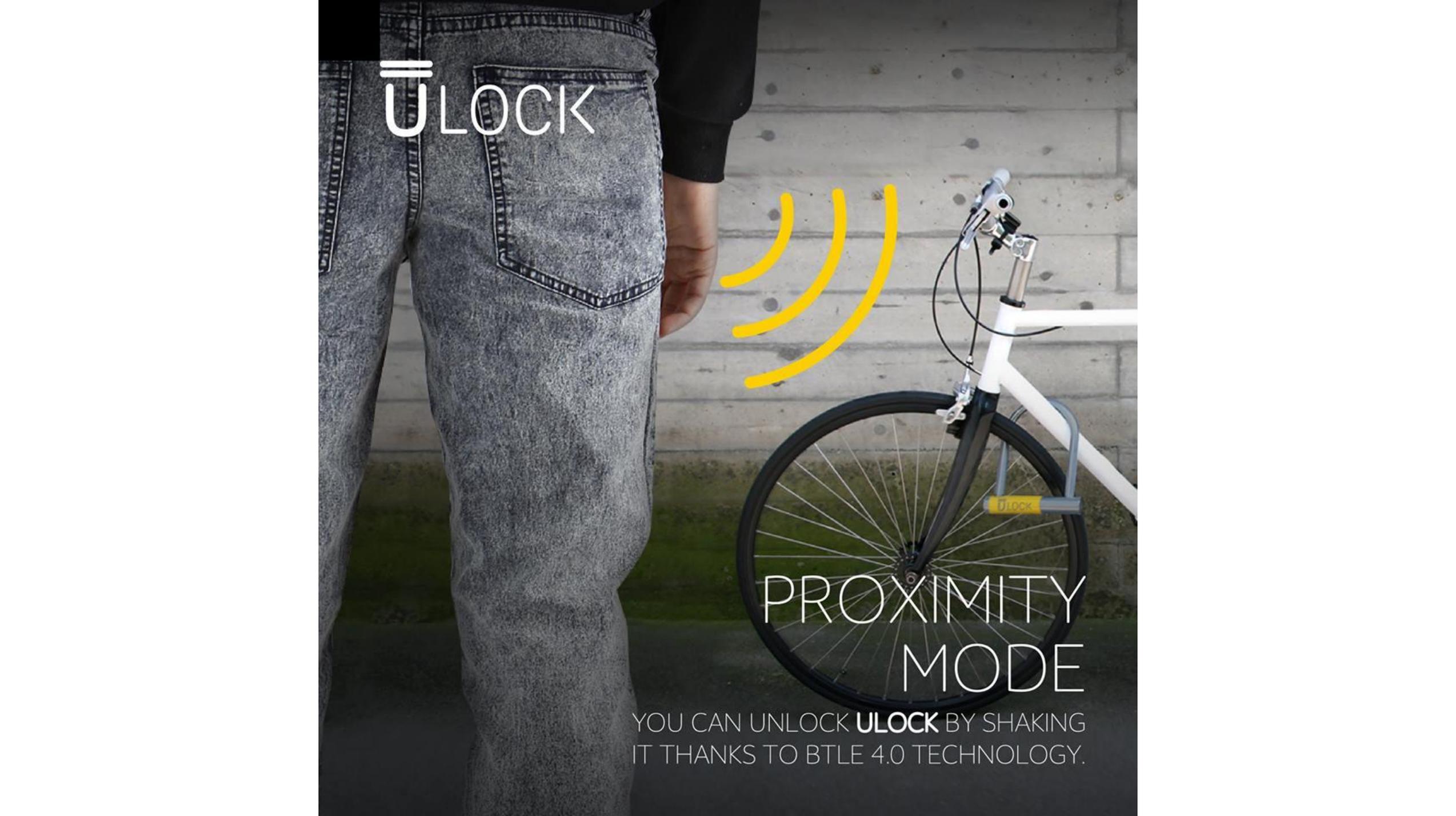
U LOCK

LOCK

UNLOCK

U LOCK





ULOCK

PROXIMITY  
MODE

YOU CAN UNLOCK **ULOCK** BY SHAKING  
IT THANKS TO BTLE 4.0 TECHNOLOGY.

3

meters operational  
range



U LOCK

25000

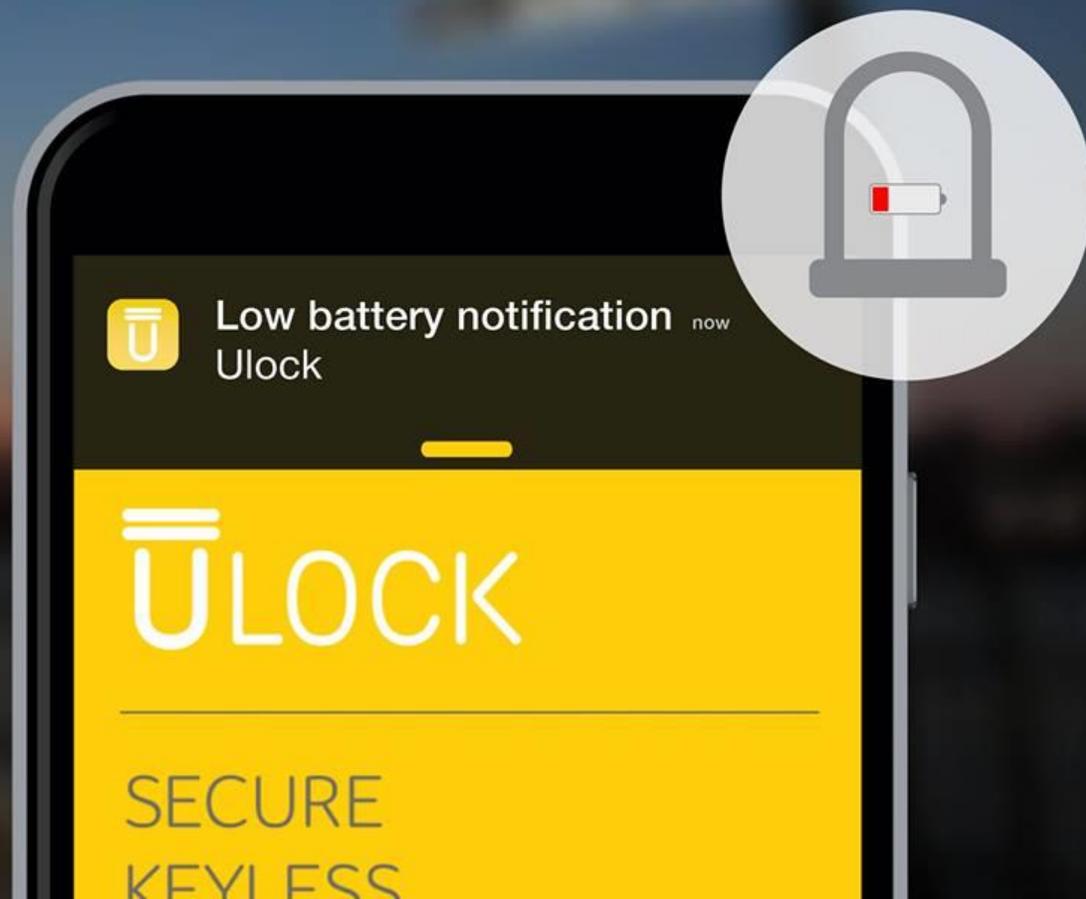
LOCKS/UNLOCKS  
GUARANTEED



# ULOCK

FOREVER LOCKED? NEVER.

YOU'LL RECEIVE A NOTIFICATION WHEN YOUR ULOCK'S BATTERY  
WILL REACH THE MIDDLE OF ITS LIFE-CYCLE



U LOCK

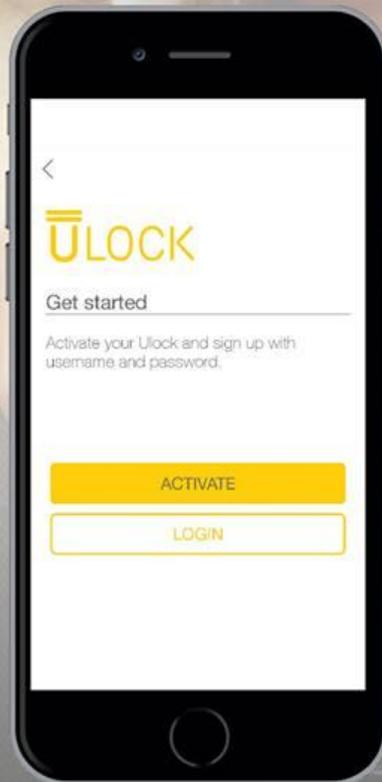
EASY TO USE,  
EASY TO FIND

GEOLOCATED  
PARKING



# ULOCK

SOLUTIONS ARE THE KEY.



IF YOUR PHONE'S BATTERY RUNS OUT, YOU CAN LOGIN WITH YOUR ACCOUNT FROM ANOTHER DEVICE.