

A Nembro nella Bergamasca, Claudia Persico combatte la sua battaglia per far avanzare la cultura di genere nelle imprese tecnologiche e dimostrare che...

Gender e digitale gonfiano le vele dell'ingegno

DI ALBERTO GEROSA

Claudia Persico, vicepresidente & rotational director dell'azienda di famiglia fondata da suo padre, Pierino, è una delle imprenditrici più impegnate a trasformare la cultura di genere nelle imprese tecnologiche in senso tipicamente femminile, valorizzando creatività e sensibilità, le qualità generalmente più presenti nell'altra metà del cielo. Il terreno di sperimentazione per la sua pratica quotidiana è il gruppo avviato nel 1976 in uno scantinato di Albino (Bergamo), dove l'attuale cavaliere del lavoro, e tuttora presidente, tirava la lima sui modelli in legno, base per la successiva realizzazione di stampi in alluminio e acciaio, destinati all'industria automotive. Quell'antica realtà artigianale è diventata oggi una multinazionale tascabile, come la definisce Claudia, condensando in un ossimoro la cifra e la forza di un'impresa, capace di mettere insieme idee e discipline lontane le une dalle altre. Il successo guadagnato è anche figlio di questo impegno al femminile per costruire una struttura operativa insolitamente aperta e caratterizzata da un mix valoriale nel quale la gestione familiare e il legame con il territorio convivono in armonia con un fatturato di 200 milioni, un migliaio di addetti e il sopraggiungere di nuove sedi in località ben più esotiche rispetto al quartier generale di Nembro, nella Bergamasca. Oggi Persico si ramifica infatti tanto in Europa quanto in Cina e oltreoceano. Ma più del dato geografico è l'approccio trasversale e «out of the box» che caratterizza Persico Group, capace di realizzare lo scafo in carbonio di Luna Rossa e nello stesso tempo di proporre soluzioni per le cuciture 3d all'interno delle automobili, fino ad arrivare alle tecnologie rotazionali così importanti per il futuro dell'idrogeno come energia rinnovabile. Su questo approccio che la componente femminile propugnata da Claudia Persico è e sarà decisiva.

Domanda. Le donne hanno una chance per emergere nel mondo dell'innovazione spinta come quello che si pratica nel vostro gruppo?

Risposta. Mi è capitato di raccontare ai miei collaboratori le difficoltà che anch'io, pur essendo la figlia del titolare, ho avuto nell'entrare a suo tempo in un'azienda del settore allora definito metalmeccanico, oggi declinato come mecatronica. Le situazioni sono ora sicuramente cambiate.

D. Perché, soprattutto?

R. La skill richiesta all'interno dell'azienda è meno



Claudia Persico, vp del gruppo omonimo

legata alla forza fisica nel montare l'impianto rispetto alla quantità di cervello che bisogna metterci.

D. Questo cambiamento di paradigma è promosso anche a livello di rappresentanze?

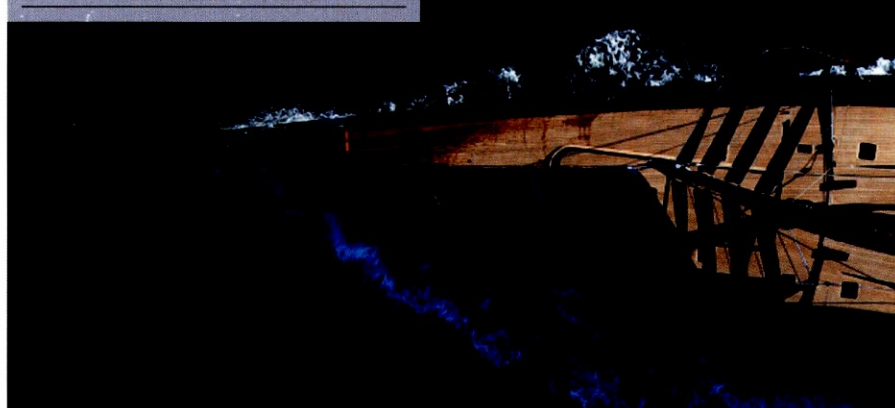
R. Dallo scorso giugno io ho preso una nuova delega all'interno di Federmeccanica, istituita proprio per

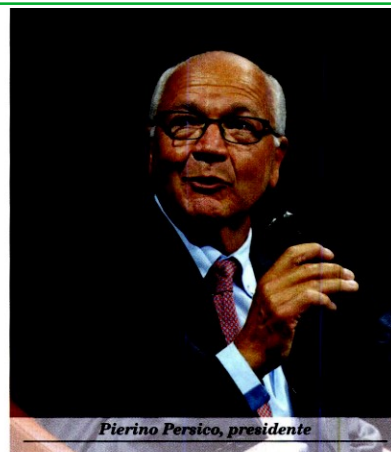
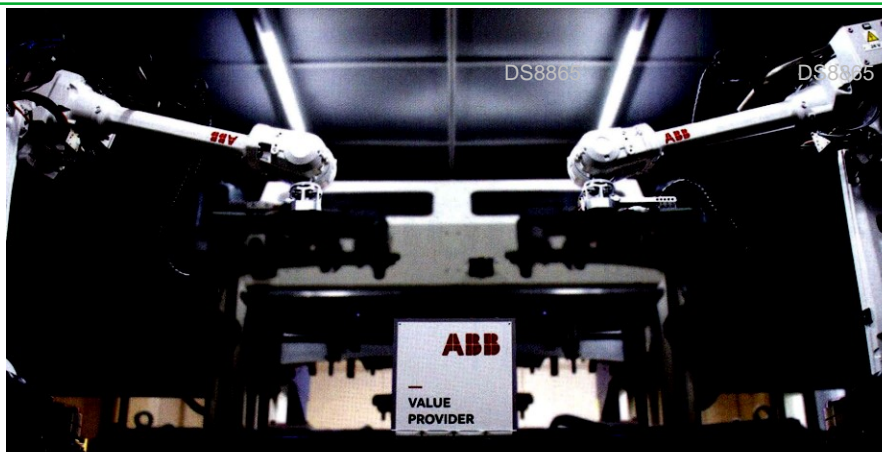
la cultura di genere e, nella fattispecie, per avvicinare più figure femminili verso le materie Stem (acronimo di Science, Technology, Engineering and Mathematics ndr). Ma non è tutto.

D. Prego spieghi.

R. Insieme ad Assolombarda è stato coniato anche

Il superyacht Tango, quarta unità della flotta Wallycento, lanciato nel 2017 dall'impianto Persico Marine di Savona





il termine STEAM (contestualmente all'omonimo progetto per ridurre il gap di genere, ndr), che evoca il concetto di vapore (in inglese, steam) unendo la parola Stem alla lettera A; quest'ultima sta per Arte e creatività, che riteniamo caratteristiche più consone alle figure femminili.

D. Ingegnoso. Nel vostro territorio questa problematica è molto sentita?

R. All'interno di Persico Group, dove anche mi adopero per questa mission, la grande difficoltà risiede nel fatto che attualmente poche donne ci inviano i loro curricula. Bisogna quindi lavorare fin dalle famiglie, fin dalle scuole elementari per togliere l'idea della fabbrica sporca, retaggio dei tempi dell'Ottocento. Oggi la fabbrica è bella: vi sono tantissime opportunità e servono nuove figure complementari. Di genere ma non solo.

D. Per esempio?

R. Stiamo cercando figure nell'ambito della digitalizzazione. Credo infatti che a differenza dell'Asia, dove si compete in termini di prezzo, noi come azienda e il nostro stesso territorio dobbiamo competere sempre più sulla tecnologia, in termini di software più che di hardware. E penso che le donne possano dare un buon contributo in tal senso.

D. Ci vuole più cultura ingegneristica in Italia?

R. Statisticamente è ben noto che i paesi nordici sono molto più avanti rispetto a noi sotto questo aspetto. A Bergamo comunque le iscrizioni verso le discipline scientifiche stanno aumentando. Se però



Luna Rossa Prada Pirelli, il cui scafo Ac75 è opera di Persico Marine. Opportunamente aggiornata, la barca parteciperà all'America's Cup 2024, a Barcellona

ci spostiamo al sud, purtroppo non si tratta solo di un problema di avvicinamento alle materie scientifiche, bensì dello studio in generale e dell'inserimento nel mondo del lavoro. C'è quindi ancora molto da fare.

D. Non solo Bergamo... quando e dove avete ampliato i vostri orizzonti?

R. La scelta dell'estensione geografica è avvenuta nel 2019. Avevamo già una sede negli Stati Uniti, a Detroit; poi, per una serie di opportunità e «minacce», abbiamo deciso di acquisire in contemporanea due aziende in Germania, durante il periodo del Covid.

D. Minacce è ovviamente una metafora. Di che cosa?

R. Dico opportunità e minacce perché si fa presto

a dire «Germania, Europa»... In realtà, a livello culturale l'approccio al lavoro è completamente diverso, per cui stiamo tuttora affrontando questo cambiamento. Abbiamo inoltre aperto un'azienda in Messico e una in Cina, cui si aggiunge una seconda negli Stati Uniti, che abbiamo acquisito l'anno scorso, in Minnesota. Quest'ultima servirà a sviluppare un business legato al rotazionale, dove stiamo cercando di introdurre, con riferimento in particolare al mondo dell'idrogeno.

D. Qual è l'approccio all'innovazione di Persico Group?

R. Noi lavoriamo su commessa, quindi ogni progetto è a sé. A questo si aggiunge che operando in diversi mondi, dall'automotive alla tecnologia nautica fino a quella dell'idrogeno, non ci limitiamo a seguire passivamente quello che è il cahier de charge del cliente, al contrario cerchiamo in ogni progetto di affrontare sfide sempre nuove.

D. Come?

R. Applicando un altro nostro valore aziendale, consistente nella capacità camaleontica di cambiare pelle costantemente, senza stancarci del nuovo e senza temere di allontanarci dalla comfort zone. La ricerca continua di sviluppi inediti è per noi un vero e proprio mantra.

D. In che modo si traduce questo a livello di struttura aziendale?

R. Persico Group è formata al suo interno da pmi: ogni business unit fattura infatti mediamente 30 milioni di euro, inoltre ciascuna ha un suo parco clienti e un proprio prodotto. Il fil rouge è appunto la capacità di innovare e di offrire progetti chiavi in mano, diventando sempre più anche system integrator.

D. Cosa intende dire?

R. Non più solo stampi e impianti, ma anche la digitalizzazione che oggi li accompagna. L'IoT-Internet of Things sta quindi diventando uno dei temi che dobbiamo assolutamente introdurre in tutte le nostre business unit.

D. E per quanto riguarda la sostenibilità?

R. Sui grandi temi della neutralità tecnologica, della sostenibilità ambientale e all'economia circolare, il gruppo è impegnato nell'investire in processi per la riduzione dei consumi e l'utilizzo di fonti rinnovabili nell'automotive, l'aerospazio, la nautica, l'urban mobility e l'ingegneria biomedica.

