

Il Sole 24 Ore - 22 giugno 2016

Industria 4.0, il valore delle competenze

L'Italia è in ritardo sulla digitalizzazione. Bene solo su cloud computing e stampa 3D

Il treno dell'“Industria 4.0” è in stazione ma noi, nella maggior parte dei casi, siamo riluttanti a prenderlo. In Italia si moltiplicano gli esperimenti e gli sforzi (soprattutto nei settori ad alto valore aggiunto e nelle cosiddette “multinazionali tascabili”). In rigoroso ordine sparso. Ma la massa critica delle Pmi rischia di restare indietro. Perché prima ancora di quanto investire servono le competenze per sapere dove allocare le risorse e per fare cosa.

Non tutto è perduto. Rispetto ai tedeschi, ad esempio, abbiamo più dimestichezza col cloud computing (un investimento low-cost) e la stampa 3D (soprattutto in fase di prototipazione). Ma siamo lontani dall'Internet of Things, dalla digitalizzazione dei processi, le nostre aziende non comprano e non vendono online.

Fotografia di un Paese manifatturiero che innova poco e rischia di perdere il treno della digitalizzazione di impresa è il quadro presentato ieri a Milano, nella sede de Il Sole 24Ore, da Gregorio De Felice, Chief economist di Intesa Sanpaolo.

Un'occasione anche per sancire il battesimo dell'accordo tra Intesa Sanpaolo e il Gruppo Sole 24Ore per presentare un nuovo sistema di master e best practice per la formazione di imprenditori, manager d'impresa e neo laureati. La banca renderà più agevoli prestiti e finanziamenti ai corsi della Business School del Gruppo 24Ore, che si concentreranno su modelli di business imposti dalla rivoluzione digitale, le competenze necessarie per le nuove professioni, il social e digital marketing, i processi di internazionalizzazione fino allo sviluppo dell'imprenditoria femminile.

Perché secondo Boston Consulting Group, l'applicazione di Industry 4.0 può muovere fino all'1,1% di Pil tedesco e 400mila nuovi posti di lavoro, determinando nei prossimi 15 anni un incremento della produttività tra il 5 e l'8 per cento. «In Italia – spiega De Felice – si prevede che ci vorranno 10-15 anni prima che le nuove tecnologie applicate all'impresa raggiungano il massimo dell'efficienza e – stime Roland Berger – 60 miliardi di euro annui in Europa sino al 2030, di cui non meno di 10 miliardi per la sola Italia». Con un incremento del valore aggiunto del manifatturiero di circa 40 miliardi in dieci anni. Ma se in Germania l'innovazione è una realtà pianificata e calata dall'alto, in Italia prevale il “fai da te”.

«Nel 2008 – ha spiegato Luca Bondioli (direttore generale di Calze Ileana, 8 milioni di fatturato, 16 addetti e clienti tra le star della musica Usa e le griffe internazionali) – abbiamo fatto un'approfondita analisi di mercato e deciso di rilanciare il collant come accessorio di moda. Abbiamo avviato importanti innovazioni sui materiali, con il filato Dryarn resistente a sbalzi da -20 a +30 gradi e rivoluzionato il packaging. Oggi vendiamo calze coloratissime o classiche, per uomo, donna e bambino in lattine, come quelle delle bibite, non solo in negozi fisici di tutto il mondo ma anche dentro distributori automatici in luoghi strategici come aeroporti e hotel, oltre al canale online». «Per innovare serve una mentalità incrementale, anche in un settore lontano dall'elettronica e dagli smartphone come quello delle commodity – ha aggiunto Pasquale Casillo, presidente e Ad di Casillo Group, il più grande trader italiano di grano duro da 1

miliardo di fatturato –. Fummo tra i primi a stoccarle in silos verticali abbandonando i sacchi. Con l’Università di Foggia – un investimento da 800mila euro –abbiamo messo a punto un trattamento termico che consente di somministrare i farinacei ai celiaci. Oggi abbiamo costituito Casillo Academy, una “scuola di formazione” interna, rivolta a neolaureati e neodiplomati da inserire in azienda con le competenze che servono e i necessari *soft skills*». L’Italia investe troppo poco in R&S: l’1,3% del Pil rispetto al 2,8% della Germania, al 2,3% della Francia e al 2% della media Ue.

«Investiamo meno in ricerca e sviluppo rispetto ai nostri competitors – ha detto ancora De Felice – ma facciamo anche poco per sfruttare ciò che abbiamo. Ovvero minore interazione tra aziende e università, istituti di ricerca pubblici e privati». Invece, spiega Andrea Bairati (direttore Area Education e Innovazione di Confindustria) «la stessa tendenza della grande industria internazionale non è più quella di accentrare la ricerca *in house*, ma di stringere accordi, sostenere le Pmi e le start up più innovative perchè siano “laboratori sperimentali” di innovazione».

Un Paese che innova attrae anche investimenti esteri e posti di lavoro qualificati che sono l’antidoto al precariato under 40.

Da qui il tassello essenziale della formazione dei manager e dei titolari di imprese perchè imparino ad innovare con un rischio tarato sull’intelligenza delle scelte, che Il Gruppo Sole 24Ore e Intesa Sanpaolo hanno presentato ieri.

«Con Intesa Sanpaolo – ha detto il neo Ad del Gruppo 24 Ore, Gabriele Del Torchio – condividiamo la vocazione per il territorio. La digitalizzazione dell’Italia è bassa, ma ora abbiamo la grande opportunità di crescere in questa direzione. E questo vale anche per l’asse portante della nostra economia: le Pmi devono adeguare il loro operato alla digitalizzazione dell’economia».

«Il nostro dovere come prima banca in Italia – ha concluso Stefano Barrese, responsabile divisione Banca dei Territori di Intesa Sanpaolo – è accompagnare le imprese in questo percorso offrendo loro i migliori strumenti e l’accordo con il Gruppo Sole 24 Ore aggiunge nuova forza alla nostra proposta».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Laura Cavestri