

Ordinativi e produzione, le Pmi adottano l'intelligenza artificiale

Innovazione. La Lombardia è la regione con il maggior tasso di digitalizzazione delle imprese. Dopo l'automazione della produzione l'ultima frontiera è l'applicazione del machine learning ai processi della fabbrica. Taisch (Made): al centro rimane sempre l'uomo

La transizione digitale delle aziende parte da una trasformazione prima di tutto culturale e delle competenze, tanto dei manager quanto delle maestranze. Le imprese lombarde, secondo un recente studio di Bankitalia, sono all'avanguardia in Italia per quanto riguarda il processo di digitalizzazione, che la pandemia ha accelerato e che ora può contare anche sulle risorse messe a disposizione dal Piano nazionale di ripresa e resilienza.

Dopo l'automazione della produzione, che ha ricevuto una grande spinta da Industria 4.0, ora l'ulti-



ADOBESTOCK

In crescita. Pmi sempre più digitali

ma frontiera è l'applicazione dell'intelligenza artificiale in tutti i processi dell'azienda.

I freni alla trasformazione non sono dovuti a un problema di costi, ma di cultura. E di competenze. Perché la cosiddetta Quarta rivoluzione industriale, quella digitale per intenderci, fa perno su tecnologie avanzate e interconnesse, in grado di raccogliere, trasmettere e analizzare dati in tempo reale, ma al centro rimane sempre e comunque l'uomo, come ricorda Marco Taisch, presidente di Made, il Competence Center lombardo per Industria 4.0.

Mancini — a pag. 2

Così l'intelligenza artificiale rende le Pmi più competitive

Transizione. La Lombardia risulta la regione con il maggior tasso di digitalizzazione delle imprese. Dopo l'automazione della produzione l'ultima frontiera è l'applicazione dell'IA ai processi della fabbrica

Giovanna Mancini

Non è un problema di costi, ma di cultura. E di competenze. Perché la cosiddetta Quarta rivoluzione industriale, quella digitale per intenderci, fa perno su tecnologie avanzate e interconnesse, in grado di raccogliere, trasmettere e analizzare dati in tempo reale, ma al centro rimane sempre e comunque l'uomo, come ricorda Marco Taisch, presidente di Made, il Competence Center lombardo per Industria 4.0.

«Il valore di un'azienda si fonda sempre sul valore delle persone che ci lavorano», concorda Raffaella Donghi, cfo di **Sangalli**, azienda di Bergamo specializzata in progettazione e realizzazione di lavori stradali e opere urbanistiche, 38 milioni di euro di fatturato nel 2021 e circa 110 dipendenti, tra i fondatori della rete di imprese bergamasche per l'innovazione Edinova. «Posso avere le macchine più avanzate disponibili sul mercato, ma servono a poco se non ci sono persone in grado di usarle al massimo delle loro potenzialità o di integrarle in una visione innovativa di fare impresa», aggiunge Donghi.

La transizione digitale delle aziende parte da una trasformazione prima di tutto culturale e delle competenze, tanto dei manager quanto delle maestranze. Le imprese lombarde, secondo un recente studio di Bankitalia, sono all'avanguardia in Italia per quanto riguarda il processo di digitalizzazione, che la pandemia ha accelerato e che ora può contare anche sulle risorse messe a disposizione dal Piano nazionale di ripresa e resilienza. «È un'opportunità che le aziende non possono lasciarsi sfuggire, per migliorare efficienza e competitività», dice Michele Falzetta, direttore generale di Latteria Soresina, cooperativa lattiero-casearia di Cremona che associa 184 allevatori, per un totale di 414 milioni di euro di fatturato nel

2021 e oltre 800 tra dipendenti e collaboratori. Nel 2019 la cooperativa ha avviato il nuovo piano strategico al 2025, che prevede anche la transizione digitale. Ogni anno investe circa 11-12 milioni su asset aziendali, di cui il 40-50% nell'area trasformazione digitale e Industria 4.0. Il primo progetto avviato ha segnato il passaggio da una pianificazione della produzione basata sull'arrivo degli ordini a una programmazione fondata sulla previsione della domanda grazie all'uso

dell'intelligenza artificiale. «Il processo si sta concludendo in questi mesi, dopo due anni di implementazione - spiega il manager - e si integra con le azioni legate a Industria 4.0. L'obiettivo è avere un'azienda totalmente interconnessa e digitalizzata», in collaborazione con Made, Latteria Soresina ha concluso tre progetti, due sono in corso e uno sta per partire.

Anche **Sangalli** ha partecipato a un bando di Made per un progetto volto ad applicare l'Intelligenza artificiale (AI) nei processi produttivi. «Siamo stati tra i primi nel nostro settore a introdurre processi di digitalizzazione aziendale - spiega Raffaella Donghi - . Il primo passo ha riguardato l'organizzazione del lavoro e ha richiesto circa 7-8 mesi per essere completato. Il prossimo, quello che riguarda l'uso dell'AI, richiederà più tempo». L'obiettivo è creare un sistema di sensori in grado di analizzare il funzionamento di un cantiere, raccogliendo i dati e le informazioni necessari a impostare i cantieri successivi. «In questo modo avremo una base dati a disposizione di tutti e competenze condivise a livello aziendale, non più limitate alle singole persone», precisa Donghi.

Digitalizzazione aziendale e automazione della produzione vanno sempre di pari passo: il gruppo Lati (tra i principali produttori europei di materiali termoplastici per uso ingegneristico) ha lanciato nel 2016 un

piano pluriennale di investimenti, che prevedeva inizialmente 35 milioni di euro destinati a modernizzare il comparto industriale, spiega l'amministratrice delegata, Michela Conterno, terza generazione alla guida dell'azienda di Veduggio (Varese), circa 180 milioni di euro di fatturato nel 2021 e 300 dipendenti, di cui 280 in Italia. «Ne abbiamo già spesi 20, anche per realizzare un nuovo polo logistico, ma nel frattempo altre opportunità si sono presentate e perciò abbiamo rivisto l'investimento, che è salito a 50 milioni complessivi», aggiunge Conterno. Risorse destinate alla digitalizzazione dei processi di fabbrica e di back office (anche per supportare le forme di lavoro flessibile), oltre che alla concentrazione delle attività industriali nel sito di Gornate Olona, che sarà perciò ampliato. «La nostra azienda ha sempre investito molto sull'innovazione di prodotto - spiega l'ad -. Ma con l'ultimo passaggio generazionale abbiamo deciso di concentrarci anche sull'innovazione di processo, per mantenere la competitività sul nostro core business, i materiali autoestinguenti, un settore in cui c'è grande concorrenza, ma anche acquisire maggiore flessibilità sui nuovi prodotti speciali».

Anche Tecnologic3 - azienda milanese specializzata in prodotti chimici per bulloneria e viteria - ha deciso di investire nei processi di digitalizzazione per fare un salto di competitività. «L'azienda è stata fondata da mio padre 35 anni fa e da sempre investe molto in prodotto e tecnologia - spiega l'amministratrice, Nadia Calasso -. Abbiamo prodotti di alto livello qualitativo e dobbiamo garantire un controllo efficace dei processi». Da qui l'avvio di un progetto di innovazione digitale che per due anni porterà a raddoppiare (fino al 20%) il budget tradizionalmente destinato annualmente all'innovazione (il 10% del fatturato).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

INTEGRAZIONE
Integrare Industria 4.0 con la digitalizzazione aziendale è la sfida per avere imprese più interconnesse

COMPETENZE
Il cuore della transizione restano le persone e le competenze per valorizzare l'uso delle tecnologie

Le esperienze



NADIA CALASSO
Quality manager
Tecnologic3



CONTROLLO EFFICACE

La nostra azienda in 35 anni ha sempre investito molto in prodotto e tecnologie. È necessario perciò garantire anche un controllo efficace dei processi produttivi



MICHELE FALZETTA
Direttore
Latteria
Soresina



OPPORTUNITÀ DA NON PERDERE

Trasformazione digitale e Industria 4.0 vanno integrate per garantire la competitività. Il nostro obiettivo è un'azienda totalmente informatizzata e interconnessa



RAFFAELLA DONGHI
Cfo
di Sangalli



PERSONE AL CENTRO

Il valore di un'azienda è dato dal valore delle persone. Le macchine o le tecnologie più avanzate non servono a nulla senza le professionalità in grado di usarle al meglio



MICHELA CONTERNO
Amministratrice delegata
di Lati



INNOVAZIONE DEI PROCESSI

Con l'ultimo passaggio generazionale, abbiamo aumentato gli investimenti sull'innovazione dei processi, dalle attività industriali a quelle di back office

IX posto

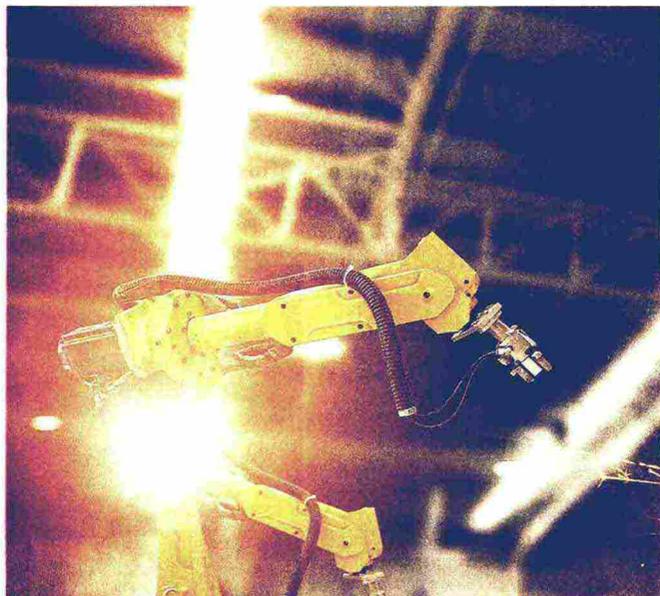
LA CLASSIFICA EUROPEA

Tra gli Stati Ue l'Italia si è piazzata al nono posto per quanto riguarda la percentuale di imprese (con almeno 10 dipendenti) che utilizzano l'IA

250

IL CAMPIONE

All'indagine DIH Lombardia hanno partecipato 250 imprese. Focus dello studio la capacità delle Pmi di adottare soluzioni di intelligenza artificiale



Ambiti di vantaggio

La mappatura

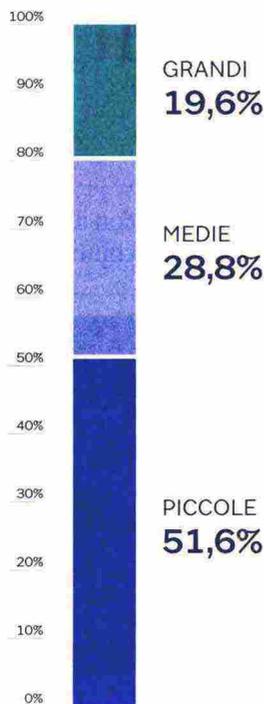
Il Digital Innovation Hub Lombardia ha interagito con 250 imprese, parlando prevalentemente di digitalizzazione, di dati e del valore che da questi se ne può ricavare. La mappatura considera i principali ambiti di vantaggio competitivo che le soluzioni di Intelligenza Artificiale permetteranno di raggiungere. Questi stessi ambiti corrispondono agli elementi di analisi presi in considerazione

1. Personalizzazione del prodotto

Una componente importante del vantaggio competitivo sviluppato da molte imprese è stata la capacità di rispondere alla domanda di personalizzazione. Questo è stato possibile grazie al continuo perfezionamento delle economie di gamma

IL CAMPIONE

Il campione delle 250 aziende è composto prevalentemente da Pmi (circa 81%)



SETTORE DI RIFERIMENTO

Nello studio sono coinvolte aziende raggruppate in 11 cluster principali

- MECCATRONICA
- TESSILE, CARTA E PLASTICA
- ALTRA INDUSTRIA MANIFATTURIERA
- INDUSTRIA NON MANIFATTURIERA
- INDUSTRIA PESANTE
- CHIMICA
- LIFE SCIENCES
- AUTOMOTIVE
- ALIMENTARE
- ENERGY
- EDILIZIA



2. Flessibilità organizzativa

La prima difficoltà da affrontare è di carattere organizzativo. Se le imprese vogliono trarre reali benefici dall'Intelligenza Artificiale, devono puntare soprattutto su due elementi: velocità decisionale e team orizzontali rispetto alle diverse funzioni e/o divisioni dell'azienda

3. IA e Digital Capability

Pur essendo la tecnologia un fattore abilitante all'implementazione di soluzioni IA è importante prendere in considerazione le capacità tecnologiche e di cultura del dato già presenti in azienda. L'IA è da intendersi come un elemento implementabile solo dopo un percorso

4. Ecosistema dell'intelligenza artificiale

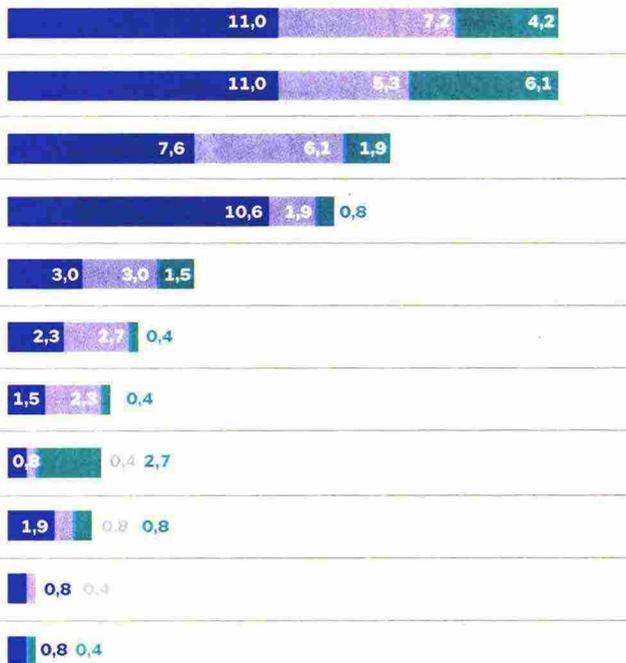
Una forma rilevante di collaborazione riguarda la condivisione dei dati. Realizzato in forma opportunamente anonima e compliant al GDPR, il data sharing permetterebbe alle imprese di disporre di dati più numerosi e di maggiore qualità

5. Centralità del modello B2B

È in questo canale che si posiziona la maggioranza delle imprese. In ambiti quali l'ottimizzazione dei processi, rendendoli più prevedibili e anche più monitorabili, l'Intelligenza Artificiale potrebbe contribuire a ridurre significativamente i costi di transazione

IL VOTO AI SETTORI

Ambiti di vantaggio competitivo derivati dall'utilizzo dell'AI (punteggio da 0 a 5)



	1. PERSONALIZ. PRODOTTO	2. FLESSIBILITÀ ORGANIZZATIVA	3. IA E DIGITAL CAPABILITY	4. ECOSISTEMA DELL'IA	5. CENTRALITÀ MODELLO B2B
	3,52	3,39	2,96	2,96	2,85
	3,20	3,29	2,77	2,81	2,70
	3,35	3,19	2,78	2,81	2,61
	3,52	3,42	3,15	3,12	2,98
	3,80	3,68	3,17	2,86	2,79
	3,55	2,82	2,65	2,51	2,50
	3,41	2,98	2,52	2,54	2,51
	4,33	2,22	3,37	2,21	2,38
	3,51	3,44	3,20	3,08	3,33
	4,33	2,22	3,37	2,21	2,38
	2,25	2,47	2,12	2,15	1,95