

Chi investe e chi no, il mercato è spaccato in due

IBM E GRUPPO DIGITAL360 TRACCIANO UN BILANCIO ORGANICO DEI PRIMI ANNI DELL'INDUSTRIA 4.0 ITALIANA (3 PER IL GRANDE PUBBLICO, 5 PER GLI AVANGUARDISTI). LO STUDIO È FOCALIZZATO SU IMPRESE MANIFATTURIERE DI DIMENSIONI MEDIO-GRANDI

Milano

Un mercato spaccato a metà fra chi si è già mosso e chi se la prende con calma. Un campo di gioco con gli attaccanti da un lato, le belle addormentate all'estremo opposto e in mezzo quelli che cercano di svegliarsi dal letargo. Una maggiore consapevolezza del peso che cultura digitale, centralità del dato e rapporto IT-OT hanno nei processi di evoluzione tecnologica. E infine una concretezza estrema rispetto al piano Calenda riassunta da una formula semplice: più risultati, più investimenti. A tracciare questo bilancio organico dei primi anni dell'industria 4.0 italiana (3 per il grande pubblico, 5 per gli avanguardisti) è l'ultimo rapporto elaborato da Ibm e dal gruppo Digital360, focalizzato sullo stato dell'arte digitale delle imprese manifatturiere medio-grandi.

Per quanto stia prendendo piede un concetto più ampio di impresa 4.0, la manifattura resta il primo vero banco di prova della quarta rivoluzione industriale e, in Paesi come l'Italia, anche della più ampia trasformazione digitale dell'economia. I segnali che arrivano dalle fabbriche italiane includono, come spesso accade, luci e ombre. Nonostante si parli di quattro, punti e zero da un po', il numero di aziende mature su questo fronte non è confortante: il 54% non ha ancora fatto nulla e, ancor peggio, non ha intenzione di fare niente per ora, mentre il restante 46% ha messo in moto progetti concreti.

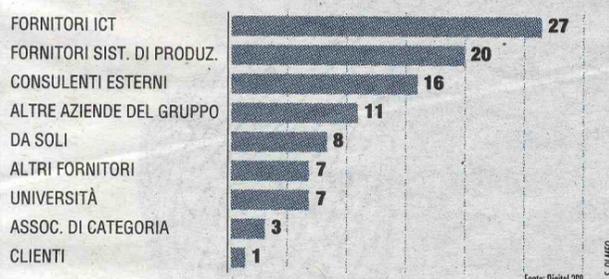
«La piccola e media impresa italiana sconta una frammentazione e un ancoraggio alla tradizione che non favoriscono un'alphabetizzazione digitale e una comprensione organica del fenomeno industria 4.0 — spiega Stefano Rebattoni, Global Technology Services Leader di Ibm Italia — Bisogna innanzitutto rendersi conto delle potenzialità offerte dai dati e poi capire da dove partire. Il problema spesso è in questa fase. Sicuramente il rumore di un macchinario non può essere oggi il parametro di salute dei sistemi di produzione, anche perché a democratizzazione dell'IT ha reso la tecnologia facilmente accessibile».

Scendendo nel dettaglio dei profili mappati da Digital360 e Ibm si scoprono ulteriori spaccature. Solo il 20% delle imprese, che il rapporto definisce "attaccanti 4.0", dimostra di coniugare visione e capacità esecutiva. Analoga quota popola l'altra parte del fiume, con il 21% di aziende bloccato dalla mancanza di visione e dalla scarsa capacità di azione in attesa di non si sa bene cosa, spingendo il report a rievocare in modo calzante l'immagine della bella addormentata raccontata da Perrault. Fra attaccanti e principesse si collocano poi i "teorici" (29%), fermi a livello di maturità tecnologica ma con una buona visione, i "praticoni" (15%), che si lasciano guidare da tentativi, competenze dei singoli o specifici obiettivi senza un vero disegno, e quelli "in cammino", che stanno sperimentando tecnologie e competenze.

Eppure la visione strategica del paradigma 4.0 sembra abba-

GLI SVILUPPI DELL'INDUSTRIA 4.0

"Con quali attori state collaborando nel percorso di implementazione dei progetti Industria 4.0?" Risposte in %



stanza chiara ai manager del campione. Il 66% condivide infatti una serie di fattori chiave: importanza assoluta del cambiamento culturale, apertura verso il modello delle Internet company, centralità dei dati gestionali e operativi, compenetrazione e

contaminazione tra l'Information Technology (IT, tecnologie gestionali) e le Operational Technology (OT, tecnologie industriali). Così come evidente è la consapevolezza della necessità di un approccio collegiale al cambiamento, utilizzato dal 58% delle

LE STRATEGIE



Nelle foto qui sopra **Stefano Rebattoni** (1) global technology services leader di Ibm Italia; **Andrea Rangone** (2) ceo di Digital360



imprese che si stanno muovendo (42% con la collaborazione IT-OT, 16% attraverso organi specifici come comitati o task force).

Pragmatismo e concretezza animano invece il rapporto fra i budget di investimento e il piano Industria 4.0: se arrivano i risulta-

ti, lasciano intendere le imprese, le risorse si trovano. «La vera sfida ora riguarda le competenze, senza le quali è impossibile scaricare a terra le potenzialità dell'impresa 4.0. Dobbiamo formare sul territorio strutture e centri di aggregazione tramite cui le grandi

aziende, le università e le associazioni possano aiutare le aziende a capire la rivoluzione in atto. La trasformazione digitale — conclude Rebattoni — non può prescindere dal gioco di squadra».

(a.fr.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Fujitsu consiglia Windows 10 Pro.

Affidabile, potente e leggero

FUJITSU Notebook LIFEBOOK U937

Sottile e ultra-mobile. Il notebook Fujitsu LIFEBOOK U937 è per i professionisti che desiderano lavorare ovunque in piena tranquillità.

Info:
www.fujitsu.com/it/ultrabook
 Numero verde: 800 466 820
customerinfo.point@ts.fujitsu.com
blog.it.fujitsu.com

© Copyright 2017 Fujitsu Technology Solutions GmbH. Fujitsu, il logo Fujitsu e i marchi Fujitsu sono marchi di fabbrica o marchi registrati di Fujitsu Limited in Giappone e in altri paesi. Altri nomi di società, prodotti e servizi possono essere marchi di fabbrica o marchi registrati dei rispettivi proprietari e il loro uso da parte di terzi per scopi propri può violare i diritti di detti proprietari. I dati tecnici sono soggetti a modifica e la consegna è soggetta a disponibilità. Si esclude qualsiasi responsabilità sulla completezza, l'attualità o la correttezza di dati e illustrazioni. Le denominazioni possono essere marchi e / o diritti d'autore del rispettivo produttore, e il loro utilizzo da parte di terzi per scopi propri può violare i diritti di detto proprietario. Schermate simulate, soggette a modifica. App Windows Store vendute separatamente. La disponibilità di app e l'esperienza possono variare in base al mercato.

Windows 10 Pro

Windows 10 Pro è sinonimo di business.

IL DIBATTITO

Scambio di best practice per far crescere la cultura del digitale

Non esiste un punto di partenza unico quando si parla di Industria 4.0: ogni azienda ha la sua storia, la sua tradizione, il suo business e i suoi piani. Tutti elementi che non devono essere stravolti da un'invasione di tecnologia, ma incanalati in un torrente digitale. Uno dei problemi principali da affrontare oggi, come emerge dal report Digital360-Ibm, è però un altro: troppe aziende considerano la quarta rivoluzione industriale una "normale" evoluzione hi-tech. Proprio questo limite di cultura e consapevolezza ha animato la presentazione dei risultati della ricerca e il relativo dibattito, andati in scena lo scorso 11 ottobre a Milano, nella sede di Copernico, durante un incontro organizzato da Ibm e Digital360 in collaborazione con Affari&Finanza. L'evento ha messo insieme i chief information officer, i responsabili IT e i chief operations officer di importanti gruppi attivi in vari settori (agroalimentare, pharma, automotive, moda, lusso e altri), con l'obiettivo di favorire uno scambio di best practice e progettualità innovative. Del resto, la collaborazione e la condivisione rappresentano due dei pilastri più importanti delle iniziative di evoluzione 4.0 e, più in generale, di trasformazione digitale. Non si tratta di un allargamento secondario perché tre progetti di industria 4.0 su 10 non sono figli di riflessioni ad hoc sulla fabbrica connessa, bensì di un piano che coinvolge l'intera macchina aziendale. Quindi non solo la parte strettamente operativa, ma anche gli aspetti gestionali, organizzativi e strategici. Un panorama che sta cambiando soprattutto il ruolo dei fornitori tecnologici, chiamati a essere anche buoni consulenti. (a.fr.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA