

Non solo dati: nuovi modelli per il 4.0

Per l'automazione 900 miliardi all'anno nel mondo. In aumento le nostre aziende pronte a investire forte sul digitale

di **Luisa Adani**

Nel mondo gli investimenti della grande categoria dell'Industria 4.0 toccano i 900 miliardi di dollari all'anno. Crescono anche in Italia e, in prospettiva con percentuali maggiori rispetto agli ultimi due anni. Si innalza infatti, nettamente, il numero di imprese che entro cinque anni intende rivolgere al digitale il 4%-5% del fatturato (erano il 26% nel 2016 e saliranno al 33% nel 2023) e in misura ancora maggiore quelle che vogliono investire dal 6 al 9% (erano il 9% e toccheranno addirittura il 22%). La tendenza al rialzo non riguarda invece le polarizzazioni e cioè le società che investono la quota più bassa del proprio fatturato (tra lo 0% ed il 3%) e la quota più elevata (oltre il 10%), che contrarranno gli investimenti.

Sono questi i dati emersi dallo studio «Industria 4.0: siamo pronti a passare all'azione?», condotta da PwC su oltre 400 aziende italiane, la metà con fatturati inferiori a cento milioni di euro.

Secondo l'analisi, il 37% degli intervistati prevede di investire nei prossimi cinque anni sino al 3% del pro-

prio fatturato su progetti di digitalizzazione, il 34% una quota fra il 4%-5%, il 22% una percentuale tra l'8% ed il 9% e il 7% ne indirizzerà almeno il 10%.

Nel 40% dei casi l'investimento in Industry 4.0 riguarda l'efficacia dei processi e la diminuzione dei costi, il 31% la ritiene una opportunità per stare al passo dei tempi, il 24% uno strumento utile per la comprensione dei processi e per la definizione di nuovi modelli operativi e di business. Infine un residuale 5% ritiene la digitalizzazione sostanzialmente una moda.

Gli obiettivi

Secondo lo studio, gli obiettivi di un programma di Industry 4.0 si concentrano sulla riduzione di costi aziendali e su una maggiore efficienza (45%), un'accelerazione nell'introduzione di maggiori tecnologie e le collegate competenze (26%), lo sviluppo di nuovi prodotti digitali (9%) l'accesso alle agevolazioni fiscali oggi disponibili (20%).

La digitalizzazione si concentra sulla pianificazione e schedulazione della produzione (24%), sviluppo del prodotto e sua industrializzazione (23%), data e analytics (19%), ottimizzazione dei canali di vendita e marketing (13%), supply chain (14%), manutenzione, logistica e qualità (10%).

Un dato interessante, quindi: la digitalizzazione delle operazioni e l'utilizzo delle informazioni si esten-

de oltre all'area del processo produttivo, incidendo sullo sviluppo del prodotto e del mercato diventando così un potenziale veicolo di innovazione e di sviluppo del business.

«Affinché l'Industria 4.0 generi valore non solo economico ma anche finanziario —precisa Gabriele Caragnano, partner e Industry 4.0 operations leader di PwC— è essenziale che le aziende cambino paradigma e ridefiniscano il loro modello di business, principalmente agendo su tre diverse leve: operare sulla digitalizzazione del prodotto in modo che i big data siano integrati con gli analytics; favorire l'integrazione verticale collegando persone e competenze ai sistemi di gestione e pianificazione della produzione; sviluppare un'integrazione orizzontale lungo la supply chain. Il nuovo modello — continua Caragnano — richiede che l'imprenditore esprima un salto culturale e organizzativo. Deve saper integrare all'indispensabile ecosistema dell'*open innovation* le competenze non solo dell'esperto di tecnologie digitali, ma anche un *data scientist* in grado di tradurre, coglie-



Il salto
Gabriele Caragnano, partner e Industry 4.0 operations leader di PwC. Per le aziende il passaggio all'automazione è un «salto culturale e organizzativo»



re e sviluppare innovazione».

Le lacune

Che l'Industria 4.0 richieda un cambiamento di prospettiva e che non si possa intervenire per isole separate ma che sia necessario un approccio integrato all'innovazione è cosa ben avvertita anche agli intervistati coinvolti dallo studio PwC.

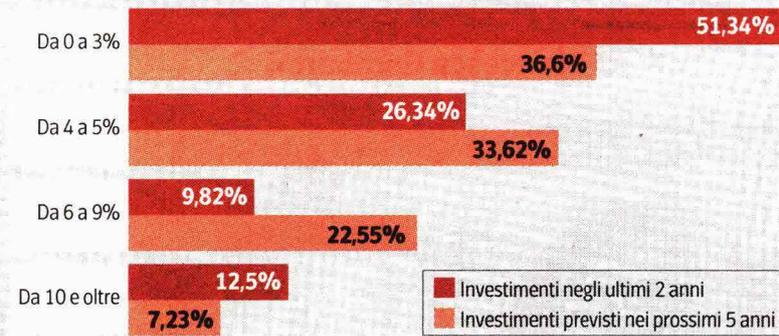
La ricerca evidenzia infatti come il principale freno al pieno sviluppo della digitalizzazione dei processi operativi venga dalla mancanza di cultura digitale e formazione (segnalate dal 23% degli intervistati), dall'assenza di una chiara visione digitale e leadership del top management (21%), dagli investimenti adeguati in tali direzione (14%).

Altri ostacoli riguardano l'incertezza del ritorno sugli investimenti (12%), la carenza di talenti digitali (10%), le questioni sulla sicurezza informatica (6%), la mancanza di norme, standard e certificazioni digitali (5%) e la presenza di una debole infrastruttura di comunicazione (10%).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Bilancio e previsioni

Gli investimenti nel digitale in percentuale sul fatturato delle aziende negli ultimi 2 anni e quelli previsti nei prossimi 5 anni



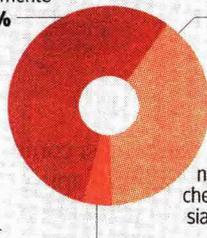
La scelta

L'azienda è interessata ma non ci sono tutte le competenze per valutare correttamente
55,71%

L'azienda si sta già muovendo in maniera autonoma
39,73%

Scarso interesse: non si ritiene che i contenuti siano coerenti
4,56%

Fonte: PwC



Il target

Gli obiettivi degli investimenti

Riduzione dei costi e aumento di efficienza
44,54%

Innovazione: tecnologia e competenze
26,64%

Sviluppo di nuovi prodotti digitali
8,73%

Accesso alle agevolazioni fiscali a oggi disponibili
20,09%

