

Innovazione. Nel mondo del design si diffonde l'utilizzo delle tecnologie avanzate per migliorare processi produttivi e servizi

L'evoluzione digitale arriva in casa

Carnevale Maffé (Bocconi): creare sistemi integrati di oggetti che parlino tra loro

Giovanna Mancini

Si fa un gran parlare, in questi anni, di «quarta rivoluzione industriale», quella rivoluzione digitale che dovrebbe trasformare il sistema industriale come lo abbiamo fino a oggi conosciuto, in una «Industria 4.0», basata su tecnologie avanzate che trasformino i processi produttivi e i prodotti stessi in sistemi integrati di oggetti e luoghi «intelligenti», capaci di dialogare tra loro e con il mondo esterno, e dunque comprendere e prevedere le necessità dei consumatori e dei clienti finali.

Sembra fantascienza, ma non lo è. Per questo, suggerisce il presidente di Anie Automazione, Giuliano Busetto, sarebbe forse meglio parlare di «evoluzione» piuttosto che di «rivoluzione». Perché, osserva Busetto (che è anche Industry Sector ceo di Siemens Italia) «l'evoluzione tecnologica è continua. Da anni strumenti come le stampanti 3D, o i laser, sono applicati in diversi settori industriali del nostro Paese».

L'Industria 4.0, dunque, è già una realtà ed è già entrata nelle fabbriche italiane, quelle piccole e medie aziende che compongono la manifattura made in Italy, dall'auto al tessile, dalla meccanica all'arredamento, dal packaging all'agroalimentare.

«L'Italia è tra i protagonisti di questo grande cambiamento», conferma Donald Wich, amministratore delegato di Messe

Frankfurt Italia, che il prossimo 10 dicembre dedicherà proprio al fenomeno dell'Industria 4.0 il quarto Forum per l'internazionalizzazione del made in Italy (Fimi), con particolare riferimento al mondo dell'interior decoration e del design. «Per le tante aziende italiane che operano nei settori del tessile, dell'arredamento e dell'interior design - prosegue Wich - la revisione dei processi produttivi rappresenta un'opportunità unica per rafforzare la propria leadership a livello globale. La moda, il gusto e il design non possono prescindere dalle nuove tecnologie, perché solo con l'innovazione supportata da un'adeguata modalità produttiva si possono ottenere risultati positivi in termini di competitività e di crescita».

L'idea di fondo è integrare coniugare creatività e tecnologia per innestare nuove e diverse logiche produttive nel sistema della manifattura nazionale, per dare nuovo slancio e nuova centralità all'industria italiana.

Per evolversi, però, occorre prima di tutto sapere da quale punto si parte e a quale si dovrebbe arrivare. A questo scopo, durante il Forum, sarà presentato l'Osservatorio Smart Factory & Smart People 4.0 dedicato all'interior decoration e al design, curato dalla Sda Bocconi, i cui risultati saranno disponibili a partire dal prossimo anno.

Al centro, come spiega il coordinatore del progetto Carlo Alberto Carnevale Maffé, l'idea di una casa «intelligente», intesa co-

me un insieme integrato degli elementi che la compongono: gli oggetti, i mobili, le apparecchiature elettroniche, gli stessi ambienti.

Anche nel mondo della casa, osserva Carnevale Maffé «deve avvenire quello che da tempo è accaduto nel mondo dell'auto o della telefonia mobile, dove i singoli prodotti sono stati connessi tra loro». E questa trasformazione riguarda sia il lato dell'offerta, sia quello della domanda. Nel primo caso, sono i processi produttivi che devono diventare «intelligenti» e integrati. La ricerca punta infatti a capire in che modo le imprese del design stanno riorganizzando i processi produttivi, alla luce delle nuove tecnologie digitali che rendono possibile oggi strutturare una supply chain capace di superare inefficienze e sprechi non solo nella fase produttiva, ma anche in quella del post-vendita.

«Se escludiamo il segmento del contract - fa notare Carnevale Maffé - oggi la maggior parte delle imprese dell'arredo-design non è consapevole di chi compera i loro prodotti. Spesso perciò le aziende riempiono i magazzini senza una strategia organizzativa precisa». Andrebbe invece costruito «un nuovo modello della domanda», che tenga conto di chi compera i prodotti, come li utilizza, con quale frequenza li usa e li cambia, che cosa cerca. Il primo obiettivo per le imprese manifatturiere 4.0 deve essere quindi aumentare la «frequenza

del contatto» tra il consumatore e l'intera filiera, dalle imprese produttrici ai rivenditori. «L'uso della casa deve diventare oggetto di scienza - aggiunge Carnevale Maffé - la scienza di un abitare migliore, più sostenibile ed efficiente». Forma e funzione devono completarsi a vicenda, mettendo insieme creatività e bellezza, design e tecnologia.

Dello stesso parere anche Giuliano Busetto: «Oggi le linee di produzione, in qualunque settore, devono essere flessibili e veloci, per rispondere con rapidità alle esigenze e alla risposta dei clienti». Per riuscirci, tutto deve essere integrato, compresa la fase della progettazione con quella della produzione, attraverso le tecnologie dell'automazione. «Le tecnologie ci sono - osserva Busetto -, noi stessi come Siemens le forniamo. E molte aziende italiane sono già molto avanti nell'utilizzarle». Quello che spesso ancora manca, fa notare Busetto, «è una cultura del digitale». Occorre diffondere tra gli imprenditori la conoscenza degli strumenti e delle opportunità dell'Industria 4.0.

Ma «non siamo all'anno zero», assicura Carnevale Maffé: «Il genio italiano ha tutto quello che serve per guidare questo cambiamento: esperienza, qualità dei prodotti, flessibilità per fare tutti i cambiamenti in corsa, in base alle esigenze e all'uso da parte dei consumatori, coniugando la creatività e la tradizione con la scienza e la ricerca avanzata».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL RUOLO DEL MADE IN ITALY

Wich (Messe Frankfurt Italia): le aziende italiane sono tra le protagoniste di questo fenomeno. Una leva per rafforzare la competitività

L'APPUNTAMENTO

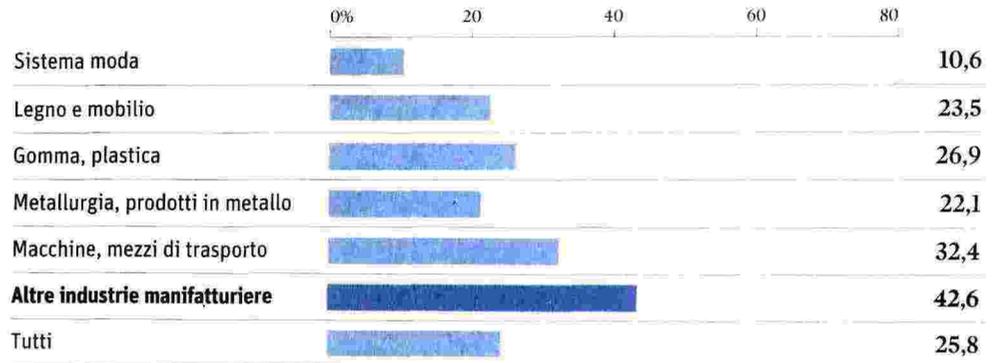
Il Forum di Messe Frankfurt

■ Il prossimo 10 dicembre (dalle 9,30 alle 13 all'Università Bocconi di Milano) Messe Frankfurt Italia presenta il quarto Fimi - Forum per l'Internazionalizzazione del made in Italy. L'edizione di quest'anno sarà l'occasione per presentare l'Osservatorio Smart Factory & Smart People 4.0, curato da Sda Bocconi e dedicato all'interior decoration e al design, con un focus particolare sul fenomeno dell'«Industria 4.0». Al Forum parteciperanno, oltre agli organizzatori, anche protagonisti dell'imprenditoria e della ricerca italiane.

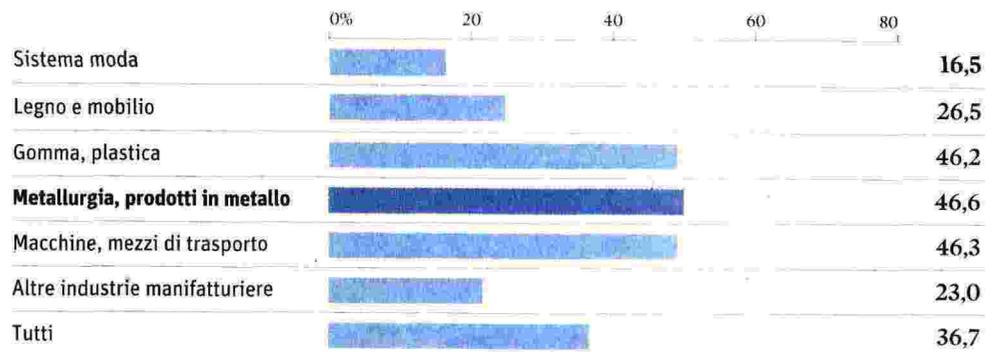
Il grado di innovazione delle imprese italiane

Settore per settore, la percentuale di aziende che utilizzano tecnologie digitali avanzate

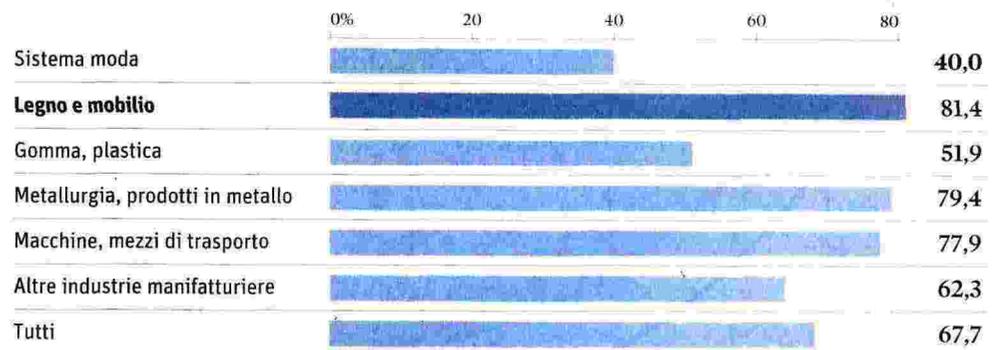
STAMPA 3D E SCANNING PER SETTORE



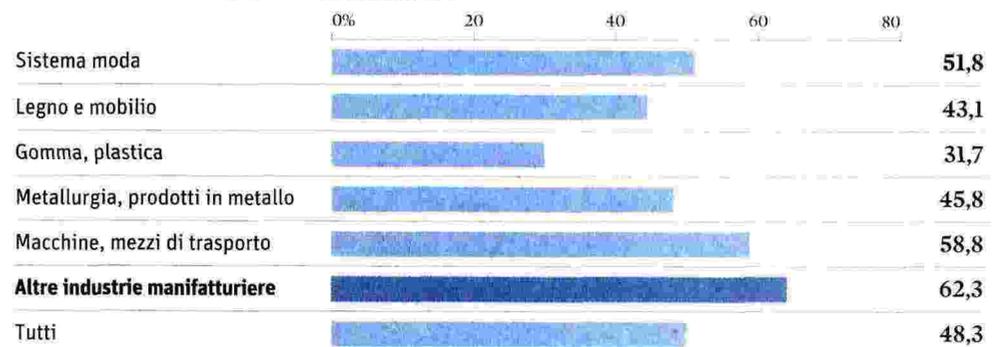
ROBOTICA PER SETTORE



MACCHINE A CONTROLLO NUMERICO PER SETTORE



LASER E ALTRI SISTEMI DI TAGLIO PER SETTORE



Fonte: Fondazione Nord Est