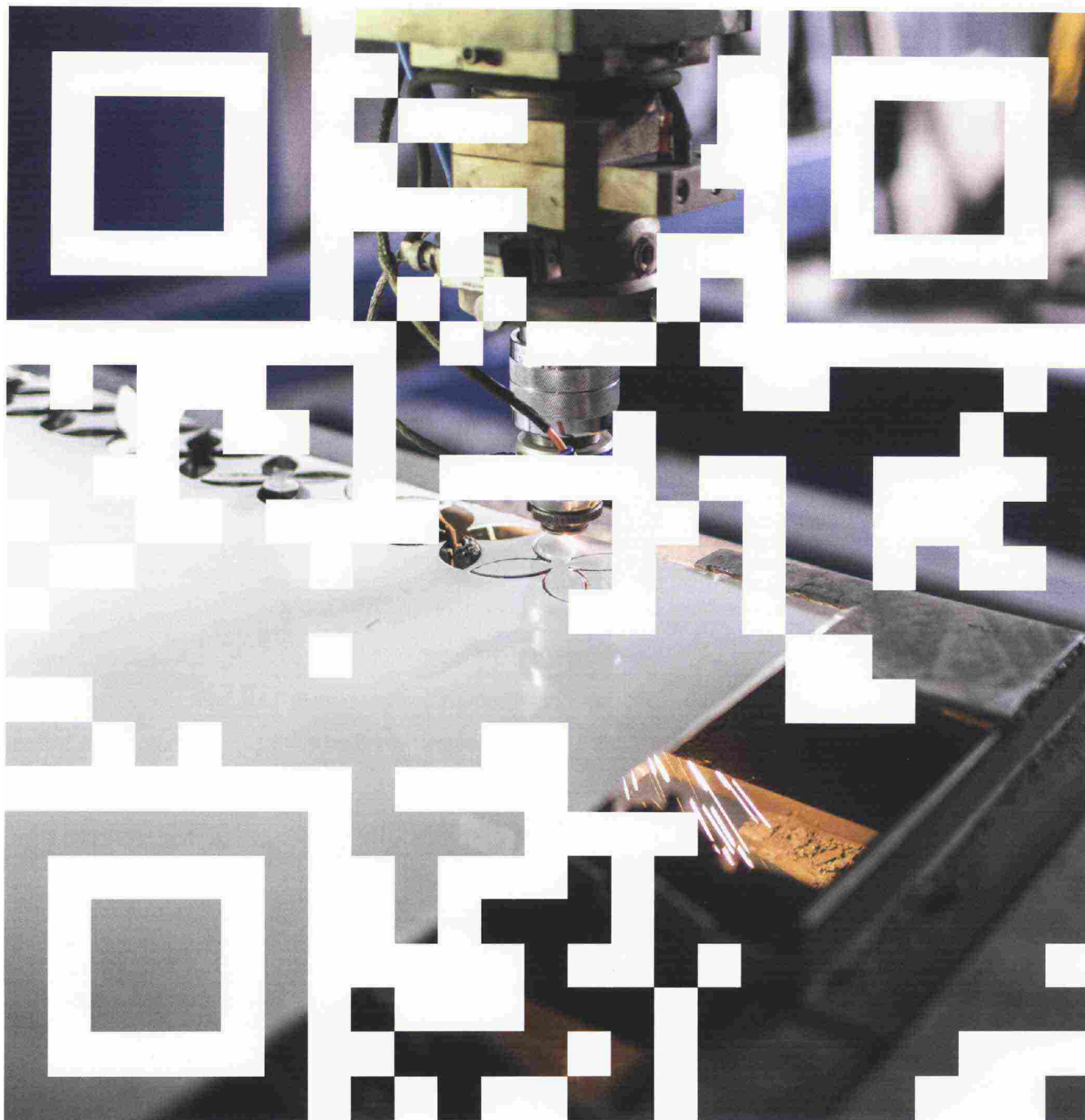


INSIDE

PRODUZIONE



# Rivoluzione Industria 4.0

di Maria Andreetta

Le nuove tecnologie consentono di mettere al centro della produzione il consumatore e di affrontare meglio i cambiamenti del mercato. L'Osservatorio Science of Interior 4.0 ci dice a che punto sono le imprese italiane dell'interior design

Di Industria 4.0 si parla ormai da qualche anno, almeno da quando, nel 2011, ha visto la luce in Germania questa definizione. Il concetto è figlio della quarta rivoluzione industriale e indica l'applicazione di tecnologie all'avanguardia di interconnessione e gestione dei dati (in particolare in ambito Internet of Things) all'automazione della produzione industriale, con un forte impatto sui processi di supply e demand chain. Quanto le aziende italiane, e in particolare quelle che operano nei settori dell'interior decoration e interior design, siano coinvolte da questo fenomeno e quanto possano trarne benefici è stato oggetto dell'Osservatorio Science of Interior 4.0 (promosso da Messe Frankfurt Italia insieme a Elle Decor e svolto da SDA Bocconi), presentato in occasione della quinta edizione di Fimi, Forum Internazionalizzazione del Made in Italy. La premessa è che la sfida è grande e bisogna affrontarla velocemente, perché il tessuto produttivo italiano deve recuperare terreno: la metà delle imprese tedesche, per esempio, ha già entrambi i piedi nella tecnologia e nei processi dell'Industria 4.0, mentre da noi solo un terzo sta partecipando al fenomeno. L'innovazione dell'industria 4.0 non comporta solo efficientamento, riguarda l'intero modello di business. Secondo Carlo Alberto Carnevale Maffé, Profes-

sor of strategy della School of Management dell'Università Bocconi, "implica la possibilità di segmentare meglio i mercati di sbocco ed effettuare strategie di posizionamento ad hoc, coscienti di un processo che necessita di diversi passi e non consiste in un cambiamento repentino". Il 4.0, insomma, non si compra a listino, ma è una sfida culturale e imprenditoriale.

Uno degli effetti positivi delle tecnologie 4.0 è che consente di mettere al centro le istanze che provengono dal mercato, accorciando la catena dell'informazione tra azienda e cliente. L'informazione viene velocemente "portata al centro" e questo permette di capire cosa vuole il mercato in tempo reale e di progettare

di conseguenza i prodotti. In due parole: reattività e flessibilità. Un esempio emblematico di questo fenomeno è Ikea con la sua capacità di trarre spunto dall'ascolto dell'utente finale. Portando all'estremo l'ascolto di quest'ultimo si arriva alla personalizzazione dell'oggetto venduto, prassi che da sempre

caratterizza la creatività artigianale italiana e che, con l'Industria 4.0, potrebbe essere messa in pratica attraverso nuove modalità produttive. Non solo. Mettendo il consumatore al centro è possibile spingere un ciclo economico che si sta spostando sempre più dal prodotto al servizio: difficilmente, ormai, certi pro-

IL PROCESSO VERSO  
L'INDUSTRIA 4.0 NECESSITA  
DI DIVERSI PASSI E  
NON CONSISTE IN UN  
CAMBIAMENTO REPENTINO

INSIDE

PRODUZIONE

L'INTERVISTA AL DIRETTORE INDUSTRIALE

## PER LAGOSTINA 4.0 SIGNIFICA COSTI RIDOTTI E FLESSIBILITÀ

Tra le aziende italiane che già da qualche anno hanno deciso di investire in nuove tecnologie produttive intelligenti e automatizzate c'è Lagostina. Abbiamo chiesto al Direttore industriale Fausto Milanese di spiegarci il cambiamento.

### Lo stabilimento Lagostina di Omegna è stato riprogettato all'insegna delle nuove tecnologie per l'automazione riconducibili al concetto di Industria 4.0. Quando è nata l'idea e con quali obiettivi?

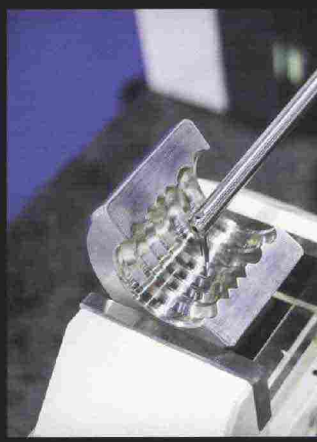
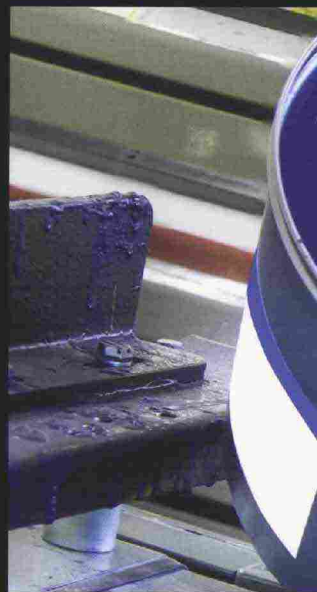
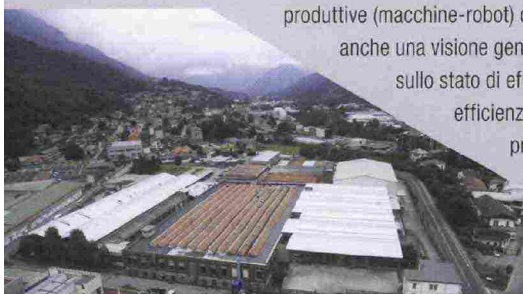
L'integrazione di tecnologie 4.0 nel processo produttivo standard è iniziato nel 2010. Negli ultimi cinque anni sono stati stanziati circa cinque milioni di euro. I principali obiettivi sono stati il mantenimento in Italia della fabbrica, per continuare a produrre prodotti made in Italy mediante una capacità produttiva interna flessibile, capace di realizzare piccoli lotti di prodotti con costi energetici e impatti ambientali ridotti, ma allo stesso tempo, se richiesto, in grado produrre anche grandi quantità di prodotto.

### Come sono strutturate le nuove linee e cosa viene prodotto in particolare?

Le nuove linee di produzione sono concepite per poter avere una collaborazione diretta tra risorse umane e automazione (con l'utilizzo di robot antropomorfi) che permettono la produzione di pentole a pressione e pentolame in acciaio inossidabile. Le nuove soluzioni progettate internamente dal dipartimento R&D vengono industrializzate per produrre prodotti unici come, ad esempio, l'ultima innovazione nata con il fondo Lagofusion che, grazie all'abbinamento multi-materiali e tecnologie 4.0, permette un incremento della trasmissione del calore di circa il 50%.

### Quali vantaggi avete sperimentato dall'avvio dei processi produttivi con i nuovi macchinari?

Sicuramente un impatto ridotto dei consumi energetici e dei costi di manutenzione, e la possibilità di produrre al momento della domanda l'esatta quantità di prodotto, minimizzando stock di componenti o semilavorati. Inoltre una flessibilità tale che ci mette in condizione di produrre estremizzando fino al concetto di "un solo esemplare per un singolo cliente". La capacità di personalizzazione del prodotto viene richiesta sempre più frequentemente nello scenario definito "IoT" ovvero l'Internet delle cose. Infine il dialogo tra le varie linee produttive (macchine-robot) ci permette anche una visione generale o puntuale sullo stato di efficacia ed efficienza dell'intero processo produttivo.





## #opinionleader

Ci sono illustri esempi di aziende appartenenti al mondo del design italiano (come Poliform, Castaldi Lighting e Iicar di Bugatti) che confermano le conseguenze positive che derivano dall'introduzione di applicazioni di Industria 4.0 nelle loro realtà. Tra le testimonianze dei "leader" italiani dell'Industry 4.0, alcuni sottolineano come chi sta a monte della filiera (nel B2B) sia molto più avanti avvertendo la necessità di creare consapevolezza e formazione sui designer e sulle aziende a valle. Walter Camarda, Ceo di Castaldi Lighting e Vice Presidente di Assil, indica l'importanza della leva tecnologica: "Il 4.0 è una necessità: l'evoluzione della tecnologia ci pone nella condizione di attuare delle modifiche sia organizzative sia strutturali nelle aziende per seguire la dinamica del mercato".



dotti si vendono tout court, piuttosto si "affidano" al cliente con una sorta di servizio a valore aggiunto. Tutto questo per l'industria del design, che sta a metà strada tra l'ascolto del mercato e il libero estro creativo, significa dover trovare un equilibrio tra spinte differenti.

E le imprese italiane sono pronte ad affrontare il cambiamento?

"C'è molta effervescenza, bisogna però spiegare concretamente il nuovo Piano

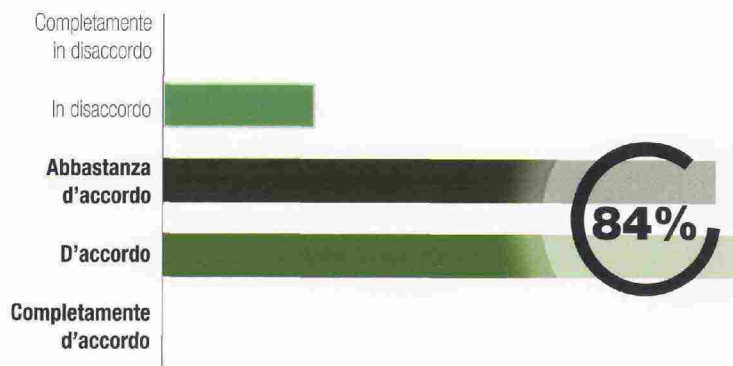
LE TECNOLOGIE  
SONO PRONTE, MA È  
NECESSARIO SPIEGARE  
AGLI IMPRENDITORI PERCHÉ  
BISOGNA INVESTIRE IN  
INNOVAZIONE

Industria 4.0 approvato con la Legge di Bilancio e operativo dal primo gennaio - ha affermato Giuliano Busetto, presidente della Federazione **Anie** che riunisce le imprese elettrotecniche ed elettroniche italiane -. Noi siamo in grado di offrire le tecnologie, ma è necessario far capire perché bisogna investire in innovazione e quali vantaggi questo comporta. Gli imprenditori non lo sanno. Generalmente si pensa solo all'incentivo

INSIDE

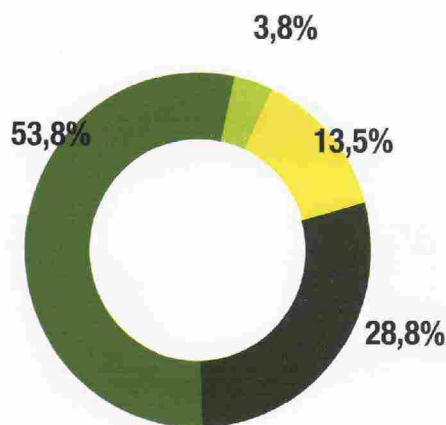
PRODUZIONE

**Per l'84% del campione di aziende intervistate da SDA Bocconi gli investimenti si sposteranno da altre aree di business verso il modello 4.0**



- Completamente in disaccordo
- In disaccordo
- Abbastanza d'accordo
- D'accordo
- Completamente d'accordo
- All others

**Il 96% è convinto (del tutto o abbastanza) che l'Industry 4.0 possa far evolvere dal focus sul prodotto a una logica di personalizzazione e servizio**



Fonte: SDA Bocconi

fiscale, ma l'Industria 4.0 porta flessibilità produttiva e riduzione del time to market".

Intanto, i dati emersi dallo studio Science of Interior 4.0, realizzato attraverso l'analisi dei parametri economici delle prime 300 aziende italiane dell'interior design e supportato da un sondaggio su circa mille soggetti, indicano che l'industria 4.0 è comunque già realtà (magari il processo è incompiuto, ma in vari modi già reale) e che le imprese nazionali sono consapevoli dell'importanza dei cambiamenti in atto e pronte ad agire.

"Dall'analisi di 20 casi benchmark risulta come alcune delle nostre migliori aziende abbiano investito, in media, circa il 50% dei flussi di cassa operativi del periodo 2009-2015 in questa direzione, al fine di recuperare competitività nei confronti dei Paesi e delle produzioni low cost - ha confermato Gabriella Lojacono, professore associato, Dipartimento di Management dell'Università Bocconi -. Anche il resto della filiera sta seguendo questo trend. L'84% delle aziende sottoposte al questionario ha dichiarato che gli investimenti in futuro verranno spostati da alcune aree di bu-

siness per favorire la valorizzazione del modello 4.0". Non solo. Per il 79% degli intervistati l'industria 4.0 è la risposta, in misura minore o maggiore, per recuperare competitività. Quasi per tutti (oltre il 96%) industria 4.0 significa maggiore efficienza e riduzione dei costi, mentre il parere unanime è che significa ridiscussione dei modelli produttivi e distributivi. I pareri si dividono, invece, riguardo al coinvolgimento del consumatore nella progettazione: nel 60% dei casi, infatti, le aziende sono convinte che continueranno ad essere i designer a progettare i prodotti. □