Il Sole 24 ORE RAPPORTI24/IMPRESA

Settimanale

Data 15-05-2018
Pagina 20
Foglio 1 / 2

Riuscire a essere «ambidestri» la sfida maggiore

Tra le aziende del Digital transformation contest emerge la necessità di coniugare l'evoluzione dell'attività corrente con la rivoluzione del modello di business

di **Giovanni Notarnicola**

Un'Italia che ha già mosso i primi passi concreti verso la trasformazione digitale, cosciente delle opportunità e delle annesse sfide, è quella identificata dal Digital transformation contest, un'iniziativa ideata da Porsche Consulting in collaborazione con Sps Ipc drives Italia (la fiera dell'automazione, a Parma dal 22 al 24 maggio). Il contest è finalizzato a generare contaminazione tra le aziende di tutto il territorio italiano sulle opportunità derivanti dalla trasformazione digitale in atto.

L'automotive, ad esempio, sta attraversando una grande rivoluzione, spinta sia da nuove tecnologie contenute nelle future auto elettriche e connesse, sia da nuovi modelli di business abilitati dalla guida autonoma e dalla mobilità in sharing. La trasformazione del settore automotive è oggi di ispirazione per molti altri settori, e questa contaminazione è forte anche in Italia. Nel nostro Paese le imprese hanno trovato in particolare nel piano nazionale Impresa 4.0 un supporto importante per accelerare la trasformazione.

La survey ideata da Porsche Consulting ha fotografato il livello di maturità digitale delle aziende partecipanti al contest, provenienti da settori diversi, quali quello industriale, dei beni di consumo e dei servizi. I risultati sono molto incoraggianti: il 38,4% delle aziende è risultato essere "digital follower", ovvero si tratta di imprese che hanno elaborato la loro road map digitale, hanno già realizzato i primi progetti pilota ed anche identificato la trasformazione organizzativa necessaria.

Per le aziende del sondaggio, sia grandi che Pmi, l'area di maggior impatto della rivoluzione digitale è il potenziale cambiamento del modello di business. Ad esempio, un'azienda che oggi vende componentistica per macchine movimento terra può immaginare di passare ad un modello di vendita basato non sul prodotto ma sul servizio, cioè sull'effettivo utilizzo del componente.

In questa fase di trasformazione, quale è quindi la sfida più grande identificata dalle aziende intervistate? Essere "ambidestri", cioè coniugare l'evoluzione dell'attività corrente con la rivoluzione del modello di business. Ciò significa, ad esempio, fare progressi tecnologici e sensorizzare i macchinari per migliorare l'efficienza dei prodotti attuali, e, contemporaneamente, pensare a raccogliere dati che, nel futuro, alimentando un "gemello digitale" del prodotto, possano portare ad abilitare un modello di pricing basato sulla performance del prodotto stesso.

In particolare, le Pmi vedono la trasformazione digitale come un'occasione di crescita su scala globale attraverso piattaforme cross-settoriali. Si pensi all'industria della "smart home" che oggi vale a livello mondiale 30 miliardi di euro: facendo leva sull'interazione in ecosistemi interconnessi con attori di diversi settori quali l'automotive, le assicurazioni, la sanità e la mobilità stimiamo che possa crescere nel 2021 oltre i 100 miliardi di euro di valore.

Le grandi aziende stanno invece investendo in modo focalizzato nell'arricchimento delle competenze individuali e nel re-training necessari perché l'organizzazione evolva coerentemente con la strategia aziendale. L'uomo è quindi al centro della trasformazione digitale: come cliente, come risorsa creativa che genera innovazione e come esecutore del cambiamento.

Con riferimento alla centralità del cliente sia le grandi aziende sia le Pmi intervistate sono concordi nell'individuare nel cambiamento dell'interazione la prima metamorfosi di breve termine (canali digitali di vendita, configurazione del prodotto, co-design etc.).

Con riferimento alle persone fautrici del cambiamento, l'agilità della struttura organizzativa e dei processi di innovazione, tipicamente intrinseca nelle Pmi, diventa fattore cruciale di successo anche per le grandi aziende.

A decretare i finalisti del primo contest digitale dedicato ad aziende sul territorio italiano è stato un comitato di valutazione costituito da Politecnico di Milano, Lavazza, Johnson&Johnson, Ferrero, Bonfiglioli Motoriduttori, Rold, Electrolux, Corriere innovazione ed Anie Automazione.

Tra le Pmi le cinque finaliste individuate sono: Electronic Control, Endian, Epipoli, Lab Network e Lenze Italia.

Per le grandi aziende, entrano in finale Abb, Epta, Schneider Electric, Fosber, Sew-Eurodrive.

Prevista per ottobre la selezione dei vincitori, che avranno occasioni uniche di ispirazione reciproca, anche grazie al confronto con benchmark nelle sedi di Porsche a Stoccarda e nella fiera Sps Ipc Drives di Norimberga.

L'autore è Associate partner Porsche Consulting

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Codice abbonamento: 046087

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

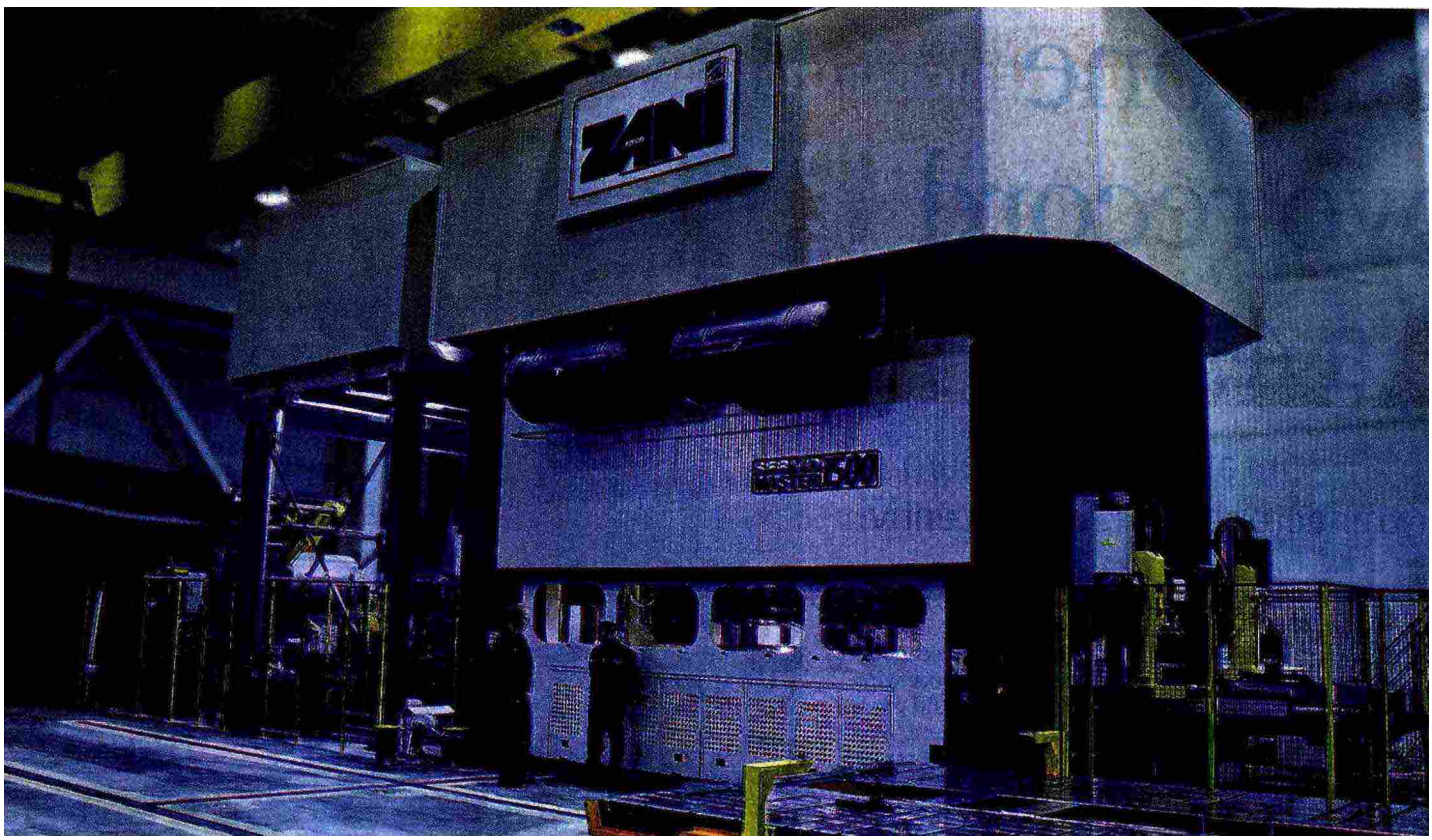
Anie

Il Sole 24 ORE RAPPORTI24/IMPRESA

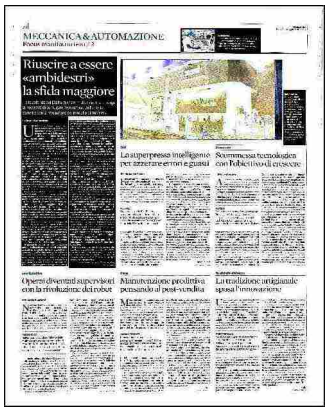
Settimanale

Data 15-05-2018
Pagina 20
Foglio 2 / 2

In fabbrica
I robot stanno radicalmente cambiando i processi produttivi nella sede italiana di Solaro in Lombardia (nella foto) della multinazionale tedesca Sew-Eurodrive, produttrice di motoriduttori



Nel Comasco.
Zani, azienda di Turate, è specializzata dal 1960 nella progettazione e produzione di presse per la formatura della lamiera a freddo, con impieghi in svariati settori: automotive, elettrodomestici, elettronica, arredo, energie rinnovabili. I macchinari di ultima generazione prodotti da Zani garantiscono il controllo da remoto, con analisi dei dati in tempo reale


MECCANICA & AUTOMAZIONE

Riuscire a essere «ambidestri» la sfida maggiore

La superpressa intelligente per azzerare errori e guasti

Scommessa tecnologica con l'obiettivo di crescere

Operai diventati supervisori con la rivoluzione dei robot

Manutenzione produttiva pensando al post-vendita

La tradizione artigianale sposa l'innovazione

Codice abbonamento: 046087

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Anie