

INNOVAZIONE

Dalla lavatrice intelligente alla super valvola: lo scatto della Brianza “connessa”

-di Luca Orlando | 21 novembre 2017



Lo stand Candy a Ifa 2017

La lavatrice connessa di Candy, che dialoga con una app. Oppure la valvola a sfera Adler, dotata di autodiagnosi, in grado di segnalare guasti. O ancora la realtà aumentata di Geico per la manutenzione guidata degli impianti; o la prototipazione virtuale di Poltrona Frau che abbatte i tempi del “time to market”. Casi non isolati quelli presentati nella sede monzese di Assolombarda-Confindustria Milano Monza e Brianza, piuttosto sintomi di una realtà imprenditoriale in movimento, che approfitta degli incentivi legati ai beni di Industria 4.0 per rilanciare i propri investimenti in innovazione. E che non a caso, anche grazie alla tecnologia, può presentare i migliori ricavi della storia, margini più robusti, o ancora un boom di commesse conquistate oltreconfine

La quarta e ultima tappa del viaggio del Sole 24 Ore nell'industria "smart" si svolge nel cuore della manifattura tricolore, «un'area che vanta una concentrazione di 180 imprese per chilometro quadrato - ricorda il presidente del presidio territoriale di Assolombarda Confindustria Milano Monza e Brianza Andrea Dell'orto - un vero e proprio unicum nazionale che presenta performance di produzione ed export superiori alla media».

I racconti delle imprese sono la concreta testimonianza della ripresa decisa del ciclo degli investimenti, come testimoniato del resto dalle ultime rilevazioni sulla produzione e sul prodotto interno lordo italiano, in crescita oltre le previsioni. «In Assolombarda- spiega il vicepresidente con delega alle politiche industriali e fiscali Carlo Ferro - in pochi mesi abbiamo già accompagnato 220 imprese nel loro percorso verso l'accesso agli incentivi di super e iperammortamento. Un desk 4.0 già strutturato e operativo a cui ora si affianca l'attività del Digital Innovation Hub».

Il quadro dell'economia è decisamente diverso rispetto al passato recente, caratterizzato da uno stop prolungato degli investimenti. Ma i successi di questi mesi non bastano a colmare il gap tecnologico e innovativo, in particolare per le Pmi: occorre accelerare. «Il piano Calenda - spiega il partner di Kpmg Advisory Carmelo Mariano - ha fatto ripartire gli investimenti ma le imprese sono ancora troppo attendiste: solo il 28% del campione da noi intervistato pensa di allocare sui progetti di Industria 4.0 una quota superiore al 10% della cifra globale stanziata».

Eppure qualcosa si muove, come testimoniano i racconti degli imprenditori locali, impegnati a cavalcare le nuove possibilità offerte dalla tecnologia. «In questo momento in Europa abbiamo l'80% di quota di mercato sui prodotti "smart" - spiega il presidente di Candy Aldo Fumagalli - e siamo impegnati a

mantenere la leadership. E' un modo per fidelizzare sempre più il consumatore, che trova via via più difficile abbandonare il prodotto che per anni ha gestito attraverso una app ormai diventata familiare. Al 2021 vogliamo raddoppiare da 1 a 2 miliardi i nostri ricavi e quella della tecnologia è la strada maestra per arrivarci».

«Anche per noi - aggiunge Mauro Re, direttore Wealth management e Marketing di Allianz Bank - la digitalizzazione è una leva chiave per aumentare la soddisfazione dei clienti, migliorare l'efficienza e rafforzare il brand: da anni investiamo costantemente sullo sviluppo di queste tecnologie».

Con il crescere dell'utilizzo dei dati da parte delle aziende cresce anche la domanda di "connessione", a cui si affianca la richiesta di servizi evoluti.

«È una domanda che si modifica rapidamente - spiega Riccardo Bruno, Ict, Partnership & Market Development di Wind Tre - a cui rispondiamo allargando al nostro interno le competenze. Oggi il tema non è la semplice connessione ma la fornitura di una consulenza adeguata alle Pmi».

Tema cruciale in prospettiva resta quello della formazione, poiché già ora il gap in termini di know how è uno dei problemi che le aziende devono affrontare nelle attività di recruiting. «Vogliamo continuare ad investire in innovazione - spiega il direttore generale di Fondimpresa Elvio Mauri - ed invitiamo le aziende a sfruttare le risorse esistenti per attivare questi percorsi, che noi incentiviamo. Da quando siamo attivi abbiamo erogato più di 2,8 miliardi di finanziamenti, la metà dei quali finalizzata alla competitività».

Che resta la chiave, per poter continuare a mantenere qui in Italia produzione e posti di lavoro. «Vede - conclude il presidente di Adler Umberto Covelli - per evitare che le valvole a sfera siano tutte uguali occorre ingegnarsi.

L'autodiagnosi ora consente ai clienti di evitare guai e disastri. Ed è un'applicazione per cui i clienti sono decisamente disposti a pagare».