

Il «campanone» del futuro suona È la fabbrica 4.0

Esperti e industriali si misurano all'incontro della Stain. Che cos'è come si fa, quanto costa?

Convegno

Gianni Bonfadini
g.bonfadini@giornaledibrescia.it

BRESCIA. La prenderò un po' alla larga ma è inevitabile, serve per dare il senso dell'urgenza, del far presto le cose. Perché se c'è una cosa che in questi anni tutti noi stiamo sperimentando sono non solo cambiamenti importanti, epocali verrebbe da dire, su prodotti e mercati, ma anche (e forse soprattutto) che le cose capitano alla svelta, che i cambiamenti sono rapidi.

Dinosauri attenti. Walmart, colosso americano della grande distribuzione (Esselunga moltiplicato per 100). Perché mai, sette-otto anni fa, avrebbe dovuto preoccuparsi di perdere un primato mondiale e mercati. Aveva impiegato cent'anni per diventare Walmart, per avere 1 milione di dipendenti e migliaia di market. Poi è arrivata Amazon e gli orizzonti sono cambiati.

Oppure prendete la Microsoft: in vent'anni aveva scalzato Ibm e dominava il mercato dei Pc: ma perché mai avrebbe dovuto preoccuparsi che arrivasse qualche altro: il suo Pc era inarrivabile. Ma poi è arrivato il tablet e anche per Microsoft gli orizzonti sono cambiati.

Campane e campanone. Tutto questo per dire cosa? Per dire di stare in campana, perché il «campanone» del futuro sta suonando, dice che bisogna cominciare a capire (ma sarebbe già tardi) cosa sia mai questa Industria 4.0 di cui si comincia a parlare, una sorta di tavola della legge di dove sta andando e cosa sta facendo l'industria che immagini di avere un futuro.

A Villa Fenaroli, ieri la Stain (società di consulenza e assistenza specialista in software per industrie) ha voluto fare il punto su questa idea di futuro mettendo in evidenza come, la prima cosa da fare, sia far conoscere questo 4.0.

Un'autostrada da fare. Più che idea ormai un'autostrada di cose da fare, lanciata a livello Ue e dalla Ue sostenuta, come sempre con la Germania avanti (anche perché i programmi Ue prima li fanno in Germania) con l'Italia non proprio in fondo, ma con qualche difficoltà, a partire dalla conoscenza di cosa sia questo 4.0, sigla che vuole ricordare come questa che è partita è la quarta rivoluzione industriale: 1780 la macchina a vapore, 1860 il motore a scoppio e l'elettricità, nel 1970 arriva il computer e nel 2011 - ad Hannover, per l'appunto - viene lanciata questa idea dell'Industria 4.0 che significa - essenzialmente - digitalizzare la fabbrica, come fare in modo che le diverse funzioni produttive sia connesse ad internet.

E attorno al che fare si sono misurati in tanti presentati da Claudio Morbi della Stain

«La fabbrica digitale è la fabbrica più efficace. Si raggiunge a piccoli passi»



Claudio Morbi
a.d. Stain srl

e da Ferdinando Azzariti (presidente Salone d'Impresa). Paolo Strepavara (Aib), Riccardo Trichilo (Csmt&Aqm), Emanuele Morandi (presidente Siderweb), Giancarlo Turati (presidente della Piccola Aib), Agostino Santoni (a.d. Cisco Italia) e Fabio Santini (direttore Innovazione e Sviluppo di Microsoft Italia); a seguire le testimonianze di chi qualcosa (o molto) ha cominciato a fare: Pierangelo Pedersoli (Consorzio Armaioli), Enrico Ravagnani (Beretta Armi), Gianantonio Riello (Strepavara), Gabriele Golinelli (Fidelitas), Maurizio Fusato (Feralpi), Gianni Lauritano (Arvedi) e Nicola Merati (Viba).

Per tre buone ragioni. Dire digitalizzare la fabbrica, mettere in rete le macchine con internet, analizzare i dati per trarne indicazioni utili alla produzione e al mercato e le molte altre cose che bisognerebbe cominciare a fare, presuppongono capire cosa sta accadendo, cominciare a informarsi, fare - come si dice - un salto mentale.

Forse non è facile. Ma ci sono almeno tre buone ragioni per farlo: calano i costi, aumentano i ricavi e si riducono i rischi. //



Relatori e testimonial. In tanti all'incontro della Stain



Sala affollata. Interesse elevato fra le aziende bresciane sul tema

L'ANALISI

Più ricavi e meno costi

MESSAGGIO FACILE SERVE DIFFONDERLO

Gianni Bonfadini - g.bonfadini@giornaledibrescia.it

Il messaggio è a suo modo semplice. Se le aziende digitalizzano l'azienda guadagnano di più, aumentano la competitività. Digitalizzare significa (prima fra le altre cose) eliminare la carta. Un colpo al cuore per chi scrive per la carta. Ma è il mondo che gira. Se dite alle aziende che facendo alcune cose guadagnano di più non dovrebbe essere difficile convincerle. Ma il cambiamento non è mai facile. E qui non si tratta di prendere un tornio più grosso. Digitalizzare è altro. Per esempio far circolare di più dati e informazioni. E qualche ritrosia è comprensibile da parte delle imprese, delle più piccole soprattutto. Ma non paiono esserci alternative. Ieri, ai lavori della Stain, c'erano molti relatori. Magari troppi, si potrebbe dire. Ma è un bel ventaglio di aziende da cui «copiare». Attorno a questo tema, quello dell'Industria 4.0, si ha l'impressione che ci si giochi il futuro. Ogni piccolo imprenditore rifletta su come è cambiato il mondo attorno a lui per effetto di internet e trasferisca questo cambiamento dentro l'industria; misuri quel che era il mondo prima di internet e come lo è oggi e poi faccia, per l'appunto, quell'esercizio e si chieda - come è stato suggerito anche ieri - come vorrei fosse la mia azienda fra 4-5 anni? E poi faccia il percorso a ritroso. Torni al 2016 e si chieda da dove deve partire per arrivare là e forse si renderà conto che è già in ritardo. Ma se così è (se, cioè, un po' tutta l'industria deve correre) è bene che attorno a Industria 4.0 si coagolino associazioni, enti diversi, banche, imprese: bisogna portare le testimonianze di chi sta già facendo digitalizzazione in ogni angolo della provincia. Una sorta di maxicampagna (e l'ossimoro è involontario) di "alfabetizzazione" per la digitalizzazione.