## INTERNET

## L'ecosistema di Ibm, la consulenza di Bip, la competitività secondo Sacco e la case history Industria 4.0 di Dallara

La tavola rotonda dedicata all'attuazione concreta dell'Industry 4.0 a #360SummitIndustria40 rivela come sia importante Fare Sistema, definire Road Map chiare, puntare su un leapfrog e unire pensiero e azione

di Mauro Bellini (У@mbellini3) 27 gennaio 2017



«Non dobbiamo perdere questo treno», afferma Francesco Sacco, docente della Bocconi - nella rotonda tavola dedicata all'attuazione concreta del Piano Nazionale Industria 4.0 in Italia e ricorda che il nostro paese a differenza di altre economia non ha saputo approfittare fenomeno Internet e della digitalizzazione e ha anzi progressivamente competitività. «L'Industry 4.0 è una occasione unica per rilanciare

la nostra economia - ricorda Sacco - ma è necessario fare in fretta e fare un salto doppio o triplo, un leapfrog e occorre riportare l'attenzione sulla manifattura, sui prodotti, sul valore della produzione».



Francesco Sacco, docente dell'Università Bocconi

Sacco ricorda anche un tema di urgenza nell'agire perché altri paesi stanno già correndo. E poi non bisogna limitare lo squardo verso l'Industry 4.0 pensando solo all'efficienza o al tema dell'integrazione necessario indirizzare creatività del Made in Italy verso nuovi percorsi, mettendo in discussione modelli affermati anche per sviluppare esplorare nuovi modelli di L'esempio business. passaggio dal prodotto

servizio è una delle chiavi di lettura che possono aprire nuove opportunità per recuperare velocemente competitività».



Carlo Maria Capè, Amministratore Delegato Bip e Presidente Assoconsult

E' importante partire, è importante fare in fretta ma è anche importante - molto importante -fare bene. Per questo, osserva, Carlo Maria Capè, Amministratore Delegato di Bip e presidente di Assoconsult, dare conoscenza alle imprese, aiutarle a capire dove si trovano esattamente, come possono partire e come, e per guesto è necessario dotare il management di professionisti all'altezza. «L'Industria 4.0 è una grande sfida che per essere avviata ha bisogno di un processo decisionale chiaro e di figure adequate. «In questo senso il percorso verso l'innovation management è fondamentale, e senza un chief innovation officer si rischia di navigare vista e non affrontare adequatamente la digital trasformation». Capè sottolinea anche l'importanza del ruolo della definire delle consulenza per Map specifiche, che tengono conto delle realtà specifiche delle aziende e del contesto nel quale operano».



Alessandra Santacroce, direttore relazioni istituzionali di IBM Italia

«Fare Sistema». Il messaggio di Alessandra Santacroce, Direttore Relazioni Istituzionali di IBM Italia richiama senza esitazioni alla necessità di credere in questa sfida e di crederci tutti perché è il Momento Giusto. «IBM ci crede afferma - e guesto IBM ha presentato il suo Point of View sull'Industry 4.0 e un team dedicato proprio a questo mercato. Su questo tema poi ci sono le risorse di sviluppo tecnologiche che ad esempio a Monaco vedono la attivazione di uno dei più importanti centri dedicati allo sviluppo nell'IoT e nel Cognitive Computing: il Watson IoT Center». Con questo piano Santacroce osserva che arriva anche una visione di insieme per l'industria, per lo sviluppo dell'IoT nelle imprese e in tutti gli ambiti applicativi. Ma Santacroce ricorda anche che il ruolo vero di driver spetta alle aziende, perché passa attraverso la loro azione la capacità di restituire la competitività all'Italia».

Nei fatti e nella concretezza dei progetti poi Santacroce ricorda che la centralità dell'Industry 4.0 è nei dati, nella conoscenza, nella capacità di disporre di soluzioni, come il Cognitive Computing che permettono di accelerare l'innovazione partendo dalla conoscenza. Infine la capacità di coinvolgere e arrivare a tutte le imprese. Grazie all'ecosistema di partner e al ruolo di Service Intergrator IBM è in



grado di portare anche alle medie e alle piccole imprese le soluzioni più evolute e la capacità di sostenere innovazioni di filiera, di distretto e territoriali.



Con Dallara Automobili #360SummitIndustry40 porta all'attenzione dei partecipanti una case history di eccellenza nell'Industry 4.0 che arriva da lontano. «E' stato un momento di crisi, dieci anni fa - racconta Alessandro Berzolla, Coo di Dallara Automobili - a portare la nostra impresa nella direzione della digital transformation. In quel momento la scelta è stata quella di lavorare sulla conoscenza, abbiamo lavorato sui processi e abbiamo focalizzato l'attenzione sul tema della velocità anche per cambiare i paradigmi che governano i passaggi dall'idea al prodotto. Uno dei problemi che volevamo risolvere e che abbiamo risolto è quello della La lentezza fra pensiero e produzione che rappresentava un freno per l'innovazione». E per una azienda come Dallara che "vende velocità" la rapidità nel passare dall'idea alla produzione è un fattore vincente.

Con questa scelta è iniziato un percorso che ha portato Dallara da 140 dipendenti a più di 600 e a vivere una trasformazione radicale, da imprese di engineering a società che lavora sulla conoscenza. Uno sviluppo sostenuto prima di tutto e soprattutto grazie alla costante attenzione allo sviluppo delle competenze e al sostegno responsabile alla crescita del territorio nel quale opera. La convinzione del CEO dell'azienda Andrea Pontremoli «nessuna azienda può essere competitiva se non è competitivo il territorio nel quale si trova» attribuisce a Dallara un ruolo speciale, di guida, per tutte quelle imprese della filiera che direttamente e indirettamente devono partecipare al processo dell'Industria 4.0.

Ma Alessandro Berzolla ricorda anche che nell'innovazione e nell'Industry 4.0 serve il coraggio di rompere gli schemi e di guardare oltre e racconta la storia di come Dallara è arrivata a creare un simulatore unico al mondo che permette alle imprese del mondo automotive, di testare e provare nuovi prodotti prima ancora che vengano realizzati, accelerando in questo modo tutto il processo di ingegnerizzazione e di produzione, «In Dallara era nata l'idea di dare vita a un simulatore che potesse replicare in tutto e per tutto una nuova vettura - racconta - e che fosse nello stesso tempo in grado di permettere a un pilota di salire a bordo e usarla per metterloaalla prova nelle condizioni più estreme. Abbiamo posto questo obiettivo a ingegneri preparati ed esperti con grande esperienza e hanno giudicato il progetto impossibile. Allora il top management ha voluto rompere gli schemi nella convinzione e nella decisione e nella convinzione profonda di realizzare un progetto strategico come quello del simulatore. A questo punto - prosegue - abbiamo incaricato dei giovani ingegneri "senza esperienza", ma con tantissima passione e motivazione questi ingegneri sono riusciti in questa impresa anche perché non sapevano che era impossibile».

Adesso il simulatore è uno dei fiori all'occhiello di Dallara con grandi marchi e piloti che testano nuovi prodotti senza la necessità di scendere in pista. Il simulatore è poi la rappresentazione di un altro concetto che sta al cuore della filosofia Dallara: «bisogna imparare a sbagliare» e il simulatore è uno strumento che consente di "sbagliare" riducendo al massimo i costi e aumentando al massimo la velocità di correzione degli errori stessi. E torniamo ancora al tema della velocità, che è uno dei paradigmi dell'Industry 4.0 e della stessa Dallara, non solo perché è un'azienda che "vende velocità" ai team che scendono in pista ogni domenica in ogni parte del mondo, ma anche perché è la velocità che i clienti, i team, chiedono, ad esempio per fare prototipazione, grazie all'utilizzo del 3D Printing magari per dare una risposta - in tempo reale - al problema di una vettura che deve scendere in pista dall'altra parte del mondo. Dallara è poi la dimostrazione di come l'Industry 4.0 sia possibile, anzi necessaria, anche in imprese di medie dimensioni ed è un valore che coinvolge tutto il territorio, sia per le imprese che sono operano direttamente e direttamente sui progetti, sia per lo sviluppo della formazione e delle competenze che fanno crescere la cultura professionale del territorio stesso.