

Vince l'Internet delle cose Ma la logistica è al palo

Sugli oggetti connessi convergono gli investimenti tecnologici. Però due aziende su dieci sono ancora incerte sul da farsi. E i settori non corrono tutti allo stesso modo...

di **Barbara Millucci**

Tra i settori aziendali, la logistica fa ancora fatica a integrarsi nelle logiche di Industria 4.0. Sui comparti della produzione e della ricerca e sviluppo, invece, le tecnologie digitali come Internet delle cose & Big Data analytics hanno maggiore impatto. È quanto emerge dalla ricerca realizzata dal laboratorio Rise (Research & Innovation for Smart Enterprises) dell'Università degli studi di Brescia che verrà illustrata il 14 novembre durante un convegno in ateneo.

«I processi logistici nel 60% dei casi aziendali denotano un ritardo rispetto ad altri settori — dice Andrea Bacchetti, ingegnere, docente al Department of Mechanical and Industrial Engineering all'Università di Brescia —. Questo scollamento della logistica sull'industria 4.0 fa sì che alcune funzioni aziendali restino ancorate a metodi e attività non all'avanguardia. Usando tecniche statistiche tipiche degli anni '70 e non algoritmi di intelligenza artificiale, le imprese perdono l'opportunità di innalzare il livello di accuratezza delle loro previsioni di business».

I clienti

Il 4.0 si è espanso tanto da inglobare, oltre alle aree direttamente produttive di un'impresa, anche gli uffici tecnici, la ricerca e sviluppo, le vendite, il marketing, gli acquisti. Dando vita a una vera filiera. «Meglio ancora, a una

catena del valore 4.0 — dice l'ingegnere —. Arriva a coinvolgere anche i clienti finali, che con queste tecnologie sono in grado di prendere parte attivamente alla progettazione e alla realizzazione dei prodotti. Sempre più connessi, intelligenti, reattivi, capaci di ricevere, elaborare e trasmettere dati». Il primo elemento interessante su cui si soffermano i ricercatori è che cresce del 30% (da 1,7 a 2,2) il numero di tecnologie mediamente impiegate dalle aziende del campione analizzate. Se nel 2017 appena il 40% delle aziende ne utilizzava almeno una, due anni dopo il numero sale al 64%. Parliamo perlopiù di software per l'Internet delle cose industriale. E se un 40% delle imprese dichiara di implementare diverse soluzioni tecnologiche 4.0 in modo integrato tra loro (rispetto al 20% del 2017), un altro 40% adotta invece soluzioni verticali, non in modo sinergico e armonico».

Soltanto il 5% delle aziende interpellate si dichiara completamente fermo ai blocchi di partenza (la metà rispetto al 10% di due anni fa), mentre il 15% sta ancora studiando come procedere. «Rispetto al 2017 ci sono il 25% di imprese in più che affermano di essere concretamente in cammino verso la configurazione 4.0 — dice il professore —. Questo nonostante i tanti ostacoli, come l'onerosità degli investimenti: anche per le incertezze politiche legate agli incentivi». La maturità delle tecnologie fa invece

meno paura.

Altro limite rilevato dalla ricerca è la limitata disponibilità di competenze specialistiche. «È l'ostacolo principale alla diffusione del modello di Impresa 4.0 — continua Bacchetti —. Le imprese dicono che le competenze non solo sono poco disponibili al loro interno, ma anche difficilmente reperibili all'esterno».

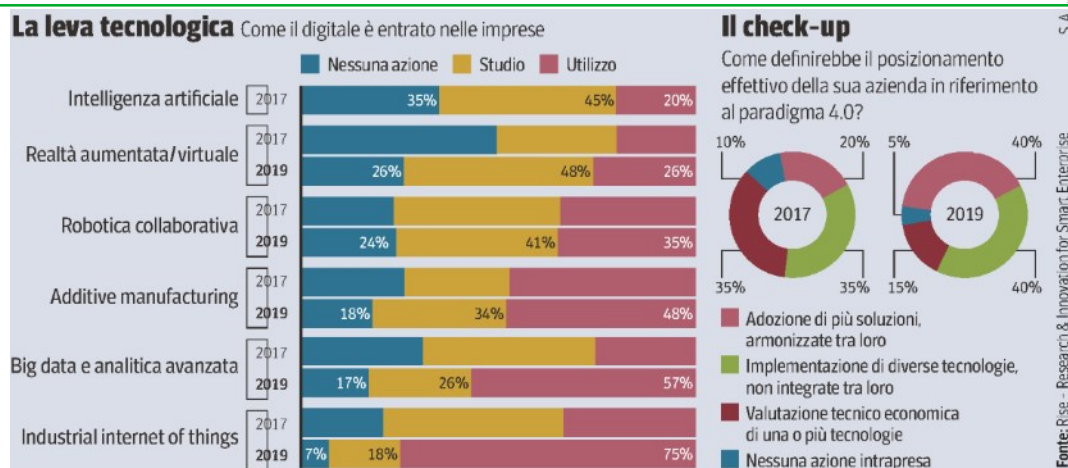
Gli ostacoli

Come superare l'ostacolo, visto che la rapidità con cui queste tecnologie nascono e si sviluppano è decisamente superiore a quella con cui si possono formare persone competenti su questi temi? «È indispensabile distinguere tra le competenze che possono essere innestate nelle persone già in organico e quelle che invece dovranno essere pescate fuori. Per le prime, servono percorsi di formazione specifici: esterni, con università, centri di ricerca o società di consulenza; o interni come le accademie digitali».

Per il 45% delle imprese poter innestare competenze specialistiche in figure che già conoscono il contesto aziendale può generare stimoli positivi per la revisione complessiva dei processi. «Per il 29% invece, la modalità più corretta è guardare all'esterno, andando alla ricerca di nuovi talenti digitali, possibilmente nativi digitali, non vincolati al contesto aziendale, in grado di portare vera innovazione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Analisi

Andrea Bacchetti,
docente di Ingegneria
industriale all'Università
di Brescia