

► ECONOMIA

Crescono le imprese che adottano il digitale ma 3 su 10 non ne vogliono sentir parlare

Lo studio realizzato dal Rise della Facoltà di Ingegneria Nocivelli: «Mettere al centro la competitività»

Dal «4.0» al «5.0»

Roberto Ragazzi
r.ragazzi@gioraledibrescia.it

BRESCIA. Ci sono due notizie, una buona ed una cattiva, che arrivano dallo studio presentato ieri in via Branze dal Rise, il gruppo di ricerca attiva del dipartimento di Ingegneria Meccanica e Industriale dell'Università degli Studi di Brescia. Quella buona è che dal 2015 ad oggi è costantemente cresciuto il numero di imprese che adotta tecnologie digitali ed è pari al 71% del campione di analisi (costituito per la maggior parte da aziende lombarde ed in gran parte bresciane). La cattiva notizia è che resiste uno zoccolo duro di imprese che di digitalizzazione non ne vuole sentire parlare. «A otto anni di distanza dal Piano Industria 4.0, un terzo delle aziende non hanno fatto alcun passo verso la digitalizzazione - spiega il professor Andrea Bacchetti, autore dello

studio insieme al ricercatore Marco Ardolino -. C'è una parte importante di imprese che non vede necessità della trasformazione digitale. Ma chi ha goduto degli incentivi 4.0 oggi sta valorizzando gli investimenti».

Il campione. Lo studio, giunto alla sua quinta edizione, analizza un campione di 211 imprese, per la maggior parte lombarde e bresciane. Realtà appartenenti a settori trasversali: per il 52% grandi imprese, il 26% medie, il 16% piccole ed il 4% micro. «Lo studio mette in evidenza la trasversalità del legame che esiste tra l'adozione del digitale e le pratiche di sostenibilità - spiega Bacchetti -. Il digitale, per certi versi è una leva che favorisce l'adozione di buone pratiche per il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità». Individua nella «gestio-

ne della conoscenza» la sfida più importante per mettere a terra il potenziale del paradigma 5.0. Come spiega il professor Laro Perona, con la crescita del livello di digitalizzazione dell'impresa aumenta la consapevolezza della necessità di «strutturare un processo di gestione dei dati, capire come utilizzarli, per capitalizzare l'investimento e quindi prendere le decisioni più velocemente».

Tavola rotonda. Il Piano Transizione 5.0 più che l'evoluzione di Industria 4.0, può essere definito una «toppa» al 4.0, messa frettolosamente dal governo Meloni. Ad affermarlo è Franco Canna, direttore di The Innovation Post. «Il piano viene integrato al Pnrr, attraverso una nuova Missione 7 - spiega -. Ma è vero che il digitale è una leva per favorire il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità. L'errore del Governo e dell'Europa è

stato fare l'equazione "digitale uguale sostenibilità". Quindi premiare solo gli investimenti 4.0 che avevano come risultato la riduzione dei consumi energetici. Rendendo l'agevolazione molto difficile da ottenere». Al convegno «Dal 4.0 al 5.0» anche le testimonianze del Pre-

«Il digitale è una leva che favorisce l'adozione di buone pratiche e sostenibilità»



Andrea Bacchetti
Prof. associato UniBs



Tavola rotonda. Da sinistra Franco Canna, Maria Chiara Franceschetti, Franco Gussalli Beretta e Andrea Moretti

PIANO TRANSIZIONE 5.0

L'agevolazione.

L'esordio del nuovo piano 5.0 è stato un po' difficoltoso soprattutto per la complessità dell'incentivo e la sua forse scarsa aderenza ad alcune esigenze oggettive delle imprese.

La modifica.

Il governo sta correndo ai ripari: sono attese semplificazioni nella legge di bilancio. In particolare nella prima fascia di aiuti vedrà un incremento delle dimensioni dell'investimento minimo che dovrebbe andare da 2 milioni e mezzo a più di 10 milioni e poi un secondo scaglione da oltre 10 milioni.

procci ideologici. Il rischio è fare ahimè quello che stiamo vedendo: invece di fare decarbonizzazione, facciamo deindustrializzazione».

La Beretta è stata pioniera nell'adozione del digitale: «Abbiamo iniziato a lavorare nel 2010 alla digital company - dichiara Gussalli Beretta -. In quegli anni i miei collaboratori non capivano l'importanza del salto da compiere: oggi il digitale è la colonna vertebrale dell'azienda dove attingono tutti i comparti, dalla produzione al marketing. In questo disegno, l'intelligenza artificiale gioca un ruolo fondamentale perché da buoni metalmeccanici, abbiamo constatato che questo percorso ha reso la fabbrica efficiente e competitiva». //

Sostenibilità: Berlucchi brinda all'eccellenza

Bilancio /1

Presentato il quinto report: coperto il 18% del fabbisogno con il fotovoltaico

BRESCIA. C'è chi alla sostenibilità pensa da ben prima di ieri. Come Berlucchi Franciacorta, che in queste settimane pubblica il suo quinto Report di sostenibilità, relativo al 2023. Il documento descrive un percorso di eccellenza e responsabilità per il futuro del pianeta iniziato negli anni '90 e proseguito sino ad oggi, come testimoniato anche dall'inserimento della Guido Berlucchi nei «Marchi storici di interesse nazionale», un riconoscimento alla lunga tradizione che l'azienda rappresenta per il settore e per l'Italia.

Il 2023 è stato un anno cruciale per Berlucchi nel consolidamento e nella promozione della sostenibilità aziendale, ed il report - che non si limita alle misurazioni di fatturato e bilancio, ma analizza l'operato an-



L'a.d. Arturo Ziliani

che nella salvaguardia ambientale e responsabilità sociale, scientifica ed economica - ne è la prova. «Il 2023 ci ha ricordato che il cambiamento climatico è una sfida attuale e reale: è fondamentale per noi contribuire alla salvaguardia del pianeta ed essere un esempio virtuoso per il territorio e le sue comunità» commenta Arturo Ziliani, a.d. ed enologo di Berlucchi Franciacorta, per il quale la strategia di crescita si fonda su valori come l'etica, la biodiversità, la ricerca continua dell'eccellenza, le persone, il territorio e l'innovazione.

Impatto economico e ricaduta. Nel 2023, Berlucchi ha generato un valore economico di 63,9 milioni di euro, in crescita del 16,9% sull'anno precedente. Questo valore ha beneficiato i vari stakeholder, con una distribuzione di 53,6 milioni di euro e un aumento del 17,6% sul 2022. La maggior parte di questo valore è stata destinata a fornitori locali e al personale, sottolineando il legame con il territorio. Inoltre, l'azienda conferma l'impegno verso la comunità locale con partner quasi esclusivamente lombarde per produzione e ospitalità. Responsabilità sociale.

Berlucchi conta 115 dipendenti, di cui 81 con contratti a tempo indeterminato e 34 stagionali: le pari opportunità sono garantite dal 39% della forza lavoro donna. Nel 2023 l'azienda ha erogato 1.402 ore di formazione qualificata, con una media di ore per dipendente raddoppiata rispetto al passato. Nel 2024, inoltre, ha attivato un servizio di welfare aziendale e confermato il supporto al progetto di verifica dell'impatto dei Presidi Slow Food in termini economici, sociali e ambientali. Sostenibilità ambientale. Nel 2023 il 18% del fabbisogno energetico di Berlucchi è stato prodotto dall'impianto fotovoltaico di proprietà: nel 2024, grazie all'installazione di un nuovo impianto, l'azienda si autogestirà per l'80% del fabbisogno. Il 2023 ha inoltre visto una generale riduzione dei rifiuti prodotti del -11% sul 2022. // **A. D.**

Il gruppo AB definisce visione e priorità Esg

Bilancio /2

La realtà di Orzinuovi ha tracciato un piano di sviluppo responsabile

ORZINUOVI. Primo report di sostenibilità per il gruppo AB, leader mondiale nelle soluzioni di sostenibilità energetica, dal biogas al biometano sino alla cogenerazione. Il documento, redatto secondo gli standard Gri 2021 e relativo all'anno 2023, testimonia i progressi dell'azienda nel percorso verso una sempre maggiore sostenibilità, con l'obiettivo di renderla il «New normal», integrandola in ogni processo e aspetto del modello di business. Del resto, il 2023 è stato per AB «l'anno della consapevolezza», quello in cui ha riflettuto sul proprio posizionamento e sugli obiettivi per il futuro.

Grazie a tecnologie all'avanguardia e alla costante ricerca e innovazione, ha infatti consolidato il ruolo di rigeneratore



Il presidente. Angelo Baronchelli

ambientale protagonista della decarbonizzazione, con soluzioni che anticipano le esigenze di mercato. Ma ha anche voluto ribadire la volontà di lavorare per diventare un esempio virtuoso a più ampio spettro, tracciando un percorso di sviluppo responsabile a livello ambientale, economico e sociale per se stessa come per gli attori che la circondano. Una visione riassumibile nel motto «solo facendo crescere ciò che ci circonda, riusciremo a crescere anche noi» che ha dunque visto intensificarsi le collaborazioni con fornitori, scuole,

università, comunità locali e partner. AB ha inoltre definito una governance Esg per costruire una visione condivisa e comune sulle proprie priorità e linee di indirizzo in ambito sostenibilità: i principali organi sono il Comitato guida di sostenibilità e il gruppo di coordinamento di sostenibilità. «La sostenibilità dovrà sempre di più fare parte in modo naturale di tutti i processi, della cultura e degli obiettivi aziendali», tira dritto il presidente, Angelo Baronchelli, che evidenzia come in questo modo l'azienda contribuisca non solo al benessere dell'ambiente e della società, ma anche alla longevità e prosperità del business.

Guardando ai numeri, nel 2023 il gruppo ha realizzato ricavi per 410,7 milioni di euro (+26,6% sul 2022) e per il terzo anno consecutivo ha ricevuto la certificazione Top Employer da parte del Top Employer Institute, riconoscimento ufficiale delle eccellenze aziendali nelle politiche e strategie Hr. Nel 2023 i dipendenti erano 1.145, di cui il 96% con contratto a tempo indeterminato ed il 20% donne. Molte le iniziative volte a facilitare l'equilibrio vita-lavoro, mentre le ore di formazione erogate sono state 51.917, con una media per dipendente di 45 ore. Sul fronte ambientale, il gruppo lavora da anni sulla riduzione degli impatti ambientali e sulla implementazione di pratiche responsabili lungo l'intera catena del valore. //

ANGELA DESSI