

INDUSTRIA 4.0

IoT, Cloud, Big Data, sicurezza L'economia dell'era digitale

Dopo anni di digiuno, torna a crescere il mercato italiano delle Ict
Le prospettive nel dossier realizzato da **Assinform** con il Politecnico di Milano

Elio Catania (Confindustria):
*Sottoporremo al governo
quattro punti per un'alleanza
che aiuti le imprese
ad affrontare la disruption*

Domenico Aliperto

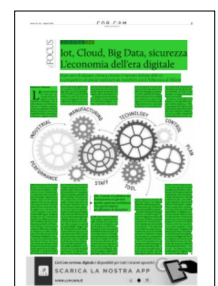
L'economia italiana sta davvero entrando nell'era digitale? Il punto di domanda è d'obbligo, visto le mille esitazioni che istituzioni, imprese e cittadini continuano ad avere quando si tratta di adottare soluzioni e servizi che semplificherebbero notevolmente business e rapporti con la PA. Eppure le proiezioni dicono che da qui al 2018 il mercato, dopo diversi anni di digiuno, continuerà a crescere, trainato dalle componenti più innovative delle tecnologie a disposizione dell'ICT. Dal +1,0% di crescita registrato dal mercato digitale nel 2015 per un valore di 64.908 milioni di euro, il 2016 dovrebbe far segnare un +1,5%, il 2017 un +1,7% e il 2018 un +2,0%. Sono i risultati dell'indagine "Il digitale in Italia nel 2016", realizzata da **Assinform** in collaborazione con NetConsulting e gli Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano e presentata in occasione dell'evento meneghino "Impresa 4.0" dello scorso 5 luglio, dove gli stati generali di **Confindustria** (digitale e non solo, visto che era presente anche il presidente Vincenzo Boccia) si sono riuniti per discutere delle iniziative che sosterranno questo timido segnale di ripresa degli investimenti. Considerato il fatto che a trainare il settore saranno nel corso del 2016 le applicazioni IoT, (+14,9%), il Cloud (+23,2%), Big Data (+24,7%), le **piattafor-**

me per il Web (+13,3), il mobile business (+12,3%) e la sicurezza (+4,4%), e che agiranno non come singoli fattori abilitanti, ma come veri e propri cluster all'interno di un ecosistema interconnesso, "bisogna recuperare il ritardo di aziende e interi settori con investimenti indirizzati", ha spiegato Giancarlo Capitani, presidente di NetConsulting. "Assicurazioni, TLC e media sono i verticali che meglio si stanno adattando, ma per esempio l'industria non si è ancora mossa in maniera adeguata. Occorre vincere il conservatorismo: le limitazioni di budget, infatti, derivano dall'assenza di una vera cultura imprenditoriale e digitale soprattutto nelle organizzazioni di dimensioni contenute. Ben vengano in questo senso gli obblighi di legge, visto che l'introduzione della fatturazione elettronica ha avuto un ruolo importante nell'avvicinare le piccole aziende ai temi digitali. Ma servono anche competenze specifiche per colmare il gap sia sotto il profilo qualitativo che sotto quello quantitativo. Ci occorrono circa 135 mila specialisti entro il 2020", ha rilanciato Capitani, "e l'unico modo per creare queste professionalità è portare innovazione nei corsi universitari perché vadano incontro alle reali esigenze del mondo del lavoro".

Le dichiarazioni programmatiche di **Elio Catania**, presidente di **Confindustria** digitale, sembrano rispondere colpo su colpo alle osservazioni di Capitani. "Sono quattro i punti che entro

luglio sottoporremo al governo per costruire un'alleanza che aiuti le imprese ad affrontare la disruption: siamo innanzitutto disponibili ad aiutare l'AgID nel suo compito titanico di completare le piattaforme tecnologiche dedicate ai cittadini nei tempi previsti; pretenderemo che l'esecutivo favorisca l'apertura in tutte le università almeno un corso sui temi del digitale; chiederemo maggiore impulso al digital single market, che rappresenta una grande occasione per ricostruire l'Europa dopo l'uscita della Gran Bretagna; proporrò infine politiche di sostegno agli investimenti in tecnologia, senza chiamare in causa risorse aggiuntive, ma orientando quelle a disposizione verso i settori più promettenti. Non intendiamo insegnare al governo cosa fare", ha precisato Catania, "ma vogliamo affiancarlo nella riprogettazione del Paese attraverso iniziative di partenariato pubblico-privato".

Secondo Alessandro Perego, direttore scientifico degli Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano, da questo punto di vista è necessario rimettere l'industria al centro di tutte le discussioni. "Non parliamo di una fabbrica sempre più automatizzata, ma di un modello produttivo e distributivo sempre più orientato al consumatore. L'aspetto realmente interessante non è la tecnologia in sé, ma l'integrazione delle tecnologie nei processi che dovrebbero dare vita allo smart manufacturing. Il



lavoro da fare è molto, visto che nell'indagine abbiamo chiesto a 225 responsabili Operations di altrettante aziende quanto fossero familiari col tema. E due manager su cinque ammettono di non conoscerlo”.

Per questo, in Italia più che di Industry 4.0 bisognerebbe adottare il termine Impresa 4.0. “Dobbiamo pensare alle imprese a 360 gradi perché siamo di fronte a una vera rivoluzione industriale: la ricerca della competitività e della produttività non deve tralasciare nessuna organizzazione”, ha detto [Agostino Santoni](#), presidente di [Assinform](#), sottolineando che bisogna recuperare competitività senza dimenticare le piccole imprese e i distretti produttivi locali, a cui [Confindustria digitale](#) ha intenzione di dedicare marketplace e piattaforme comuni oltre a specifici innovation hub che aiutino gli imprenditori a sviluppare competenze, metodi e relazioni con le startup innovative. Nei prossimi quattro mesi sono attesi cinque progetti. Si comincia da Milano e fino al 2017 la rete si arricchirà con nuove strutture. Come anticipato, però, l'impegno è di tutta la federazione: “Noi abbiamo definito la questione digitale un driver di sviluppo del Paese”, ha confermato il numero uno di viale dell'Astronomia, che adattando alla situazione italiana il motto di Barack Obama - “Yes, we can” - ha escluso il ricorso a qualsiasi piano B. Il digitale? “Yes, we must”, ha detto Boccia.