

Innovazione. La seconda edizione del Manufacturing Forum

Risorse in hi-tech e capitale umano per la sfida digitale

Gay: investire scelta obbligata per le imprese

LE STRATEGIE

I casi illustrati nei dibattiti mostrano aziende impegnate a esplorare le ultime frontiere della digitalizzazione per un vantaggio competitivo

Luca Orlando
Cristina Casadei

«I dazi? La singola azienda non può fare molto. Se non investire per migliorare la propria competitività». L'ipotesi che le produzioni meccaniche di Comer Industries vengano in prospettiva penalizzate dalle politiche di Trump preoccupa solo in parte Matteo Storch, ceo di Comer Industries. Investire in nuove tecnologie è la strada che il gruppo di Reggio Emilia batte da anni, così come, fortunatamente, fanno molte altre aziende in Italia.

«Gli imprenditori hanno capito che è una scelta obbligata - osserva il presidente di Anitec - [Assinform Marco Gay](#) - e la speranza è che la politica adottata dagli ultimi governi diventi strutturale». Innovare per competere è il tema chiave della seconda edizione del manufacturing forum, conferenza annuale del Sole 24 Ore in programma ieri e oggi nella sede di via Monte Rosa. «Strada da percorrere - ricorda però il partner di Bcg [Jacopo Brunelli](#) - solo se è in funzione della costruzione di un vantaggio competitivo».

Strategia applicata da Igor, leader globale nella produzione di gorgonzola, che sta finalizzando proprio in questi mesi un robusto piano di investimenti (oltre 22 milioni) per inserire nuove tecnolo-

gie e controlli di processo. «Tra pochi mesi - spiega il ceo Fabio Leonardi - conosceremo in tempo reale le caratteristiche del latte di ciascuno dei nostri 250 fornitori, in modo da realizzare il giusto mix in funzione della ricetta voluta». Investimenti che procedono copiosi a livello di sistema, registra Luca Manzoni, responsabile corporate di Banco Bpm, che vede un clima decisamente più disteso rispetto al passato. «Le nuove sofferenze si riducono di oltre il 25%, i tassi sono ai minimi storici, da parte delle imprese si vede una nuova voglia di investire».

Non solo nei macchinari, ma anche, forse soprattutto nel capitale umano. Sandro De Poli, presidente e ceo di Ge Italia, osserva che «il digitale nelle fabbriche porta alla necessità di riscrivere le competenze richieste a chi opera nella manifattura». E quando parla di competenze, De Poli si riferisce in particolare a quelle di base perché «è già lì che bisogna agire affinché una formazione di alta specializzazione possa essere correttamente recepita». Nel paese, come racconta il vicepresidente di Confindustria per il capitale umano, Giovanni Brugnoli, «servono principalmente due sforzi. Il primo per orientare i ragazzi e le famiglie verso la formazione che può rivelarsi utile alle imprese sul territorio, comprendendo e conoscendo che tipo di manifattura c'è. Il secondo per diffondere un approccio nuovo alla formazione. In passato si acquisiva un titolo di studio ed era quello per tutta la vita, oggi la formazione de-

ve essere continua. È in corso un cambio di passo nelle aziende con l'ingresso di nuovi macchinari e anche il time to market della formazione deve allinearsi perché se non abbiamo la corretta formazione, avremo bellissimi macchinari nuovi nelle imprese ma capitale umano non in grado di farli funzionare». Tutto questo è ancor più vero oggi che «il mismatching tra giovani che cercano lavoro e imprese che cercano risorse umane è molto violento, perché manca la giusta formazione - sottolinea Brugnoli - È drammatico che un giovane su tre non abbia lavoro e che un'impresa su cinque non trovi le giuste competenze».

Per l'ingegner Ermanno Rondi, ad di Incas, non c'è dubbio che «serve un percorso di crescita del capitale umano di tutta l'azienda» e che le imprese «hanno bisogno di teste d'opera e non solo di mano d'opera. La tecnologia è un mezzo che abilita la trasformazione e gli investimenti per essere efficaci devono essere inseriti in un modello ed in un piano di sviluppo». Angelo Baronchelli, presidente Innexhub, il primo Digital innovation hub della Lombardia, dice che «esiste ormai un ampio consenso sul fatto che la trasformazione digitale non abbia a che fare solo con la tecnologia, ma investa l'intera organizzazione aziendale e i modelli di business adottati. Per essere davvero efficace, un programma di trasformazione digitale richiede un approccio "sistemico" e deve agire su tre livelli profondamente connessi: strategico, dell'execution e della tecnologia».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





La seconda edizione del Manufacturing Forum.

Nell'immagine in alto e in quella in basso due dei momenti di dibattito e confronto sui temi strategici per la competitività delle imprese e del sistema manifatturiero italiano. Qui a lato, l'intervista a [Marco Gay](#), presidente di Anitec-[Assinform](#), l'associazione confindustriale che raggruppa le aziende dell'Ict e dell'elettronica. «Gli imprenditori hanno capito che è una scelta obbligata e la speranza è che la politica adottata dagli ultimi governi diventi strutturale», ha detto Gay a proposito della necessità di investire in nuove tecnologie