

L'ANALISI

**Max
Bergami**

All'Italia serve un corpo speciale per trasformare le imprese

Industry 4.0 è la nuova moda manageriale, anche se forse non tutti hanno chiara l'ampiezza e la profondità di questa trasformazione globale.

Nato in Germania, ormai 5 anni fa, questo termine fa riferimento a una nuova rivoluzione digitale-industriale generata da cloud computing, internet of things e sistemi ciber-fisici. Il vantaggio di prima mossa della Germania non ha sorpreso gli Stati Uniti che, grazie anche alla leadership nel settore delle tecnologie digitali, hanno sfruttato l'ondata di reshoring per rilanciare la propria competitività. L'analisi che considera le due esperienze come alternative (fabbricate da scaverso mercato americano) è suggestiva, ma forse un po' prematura perché la trasformazione digitale è solo all'

inizio e non è ancora possibile trarre conclusioni. L'accelerazione più dirompente potrebbe derivare da una diffusione dell'Intelligenza Artificiale che porti alla sostituzione degli agenti umani anche in buona parte dei processi decisionali.

In Italia la situazione è, come sempre, a macchia di leopardo e ampiamente influenzata dalle dimensioni delle imprese e dalla lentezza delle politiche industriali. Esistono esempi eccellenti, come ad esempio nella ceramica, nel packaging, nel motorsport e segnali molto promettenti nella bio-robotica, ma sono ancora molte le aziende del Made in Italy che non hanno compreso le implicazioni di quanto sta accadendo. Dal punto di vista delle po-

litiche, alcune regioni stanno muovendo nella direzione corretta, mentre la Commissione Attività Produttive, Commercio e Turismo della Camera ha appena approvato un solido documento conclusivo di un'indagine conoscitiva sul tema. In tale contesto, l'audizione del ministro Calenda offre un quadro molto completo e individua i fattori abilitanti per accelerare il processo di trasformazione.

È certo che per raggiungere questi obiettivi servano investimenti pubblici e privati, ma il problema principale riguarda la cultura manageriale e la gestione dell'innovazione. L'Italia non è un paese leader nella produzione di nuove tecnologie rivoluzionarie, anche se può esserlo nella realizzazione

di sistemi innovativi: un'opportunità dipende dalla comprensione dei cambiamenti dei modelli di business da parte degli imprenditori e dei manager. È dunque fondamentale un intervento immediato e pesante nella formazione di chi guida le imprese. Il termine formazione forse non aiuta perché viene associato automaticamente a percorsi tradizionali, mentre ora servono iniziative dirompenti in grado di facilitare il trasferimento di conoscenza e la contaminazione di esperienze anche tra settori e contesti diversi. Senza un corpo speciale di leader, in grado di guidare con rapidità le imprese in questa nuova guerra, sarà difficile vincere, indipendentemente dagli investimenti.

