

Lo stato dell'innovazione

Due piccole imprese manifatturiere su 3 non hanno piani per green e digitale

Unioncamere lancia l'allarme: il sistema produttivo rischia di trovarsi presto spaccato in due tra chi innova e chi resta indietro. Solo il 10% ha investito spinto dagli incentivi: a 5 anni dal varo di Industry 4.0 un terzo delle aziende dichiara di non conoscerlo o di non comprenderlo

L'opinione



Una linea di demarcazione che si sta facendo sempre più netta perché le imprese manifatturiere che vedono un ritorno già entro il prossimo anno ai livelli pre-Covid sono per il 61% quelle che hanno già avviato la trasformazione digitale

ROBERTA PAOLINI

C'è il laminatoio totalmente digitalizzato della Danieli di Buttrio, i "cantieri intelligenti" di Fincantieri, le linee produttive robotizzate di Electrolux a Susegana. La lista potrebbe continuare a lungo, le grandi imprese in Italia hanno già dato il via alla transizione digitale da diversi anni. Ma è quello che avviene nella terra di mezzo, nelle imprese più piccole, dalle micro alle medie che è il vero nodo strategico. Perché questo modello produttivo può aprire una crepa nella struttura economica e produttiva del Paese: da una parte le aziende efficienti dall'altra quelle che non riusciranno a tenere il passo. **Unioncamere** ha per questo analizzato come sta avvenendo il cambiamento in termini di sviluppo di Industria 4.0 delle aziende manifatturiere tra i 5 e i 500 addetti. Quello che emerge da questa analisi sull'utilizzo di Industry 4.0 è che solo il 17% delle aziende ha investito o sta investendo almeno sulla transizione digitale. E di questo gruppo solo una su 10 è una microimpresa, ossia la componente più piccola e quindi più fragile. Le piccole (10-49 addetti) che intendono approcciare questo modello di produzione sono il 20%, le medio grandi (50-499 addetti) sono invece il 38%. Il mondo dell'artigianato risulta più arretrato, solo il 13% di questa tipologia di impresa intende pianificare la trasformazione, mentre c'è una relazione diretta tra la transizione digitale e l'apertura internazionale, quasi un quarto delle aziende esportatrici ha pianificato investimenti.

Uno scenario che fa il paio con la svolta green delle imprese. Spiega Unioncamere che solo il 6% delle pmi manifatturiere italia-

ne ha tagliato il traguardo della doppia trasformazione: ecologica e digitale. Il 26% dell'imprenditoria manifatturiera si trova a metà strada, avendo investito nella sostenibilità ambientale o in Industry 4.0, ma la stragrande maggioranza delle imprese (62%) non ha investito e non ha intenzioni di investire né in sostenibilità ambientale né in digitalizzazione. «Noi abbiamo sostanzialmente rilevato dove c'erano state o dove si intendono applicare innovazioni di processo - spiega Gaetano Fausto Esposito, direttore generale del Centro Studi delle **Camere di Commercio** Guglielmo Tagliacarne - Quello che è emerso in maniera forte è questa predisposizione dell'imprenditore a scegliere maggiormente le tecnologie che coinvolgono l'hardware al software. La maggioranza punta su tecnologie come la simulazione fra macchine connesse per ottimizzare i processi (24%); sulla robotica, quindi robot collaborativi interconnessi e rapidamente programmabili (18%) e solo dopo Big data e analytics, cioè analisi dei dati per ottimizzare prodotti e processi produttivi (13%)».

Quindi è la macchina che traina la trasformazione, il software arriva solo in funzione del suo utilizzo. Dice ancora Esposito: «Sono in percentuali molto basse, per esempio, le aziende che intendono investire in cloud computing, con la gestione di dati in sistemi aperti, in machine learning, o nell'internet delle cose, intendendo con questo sempre l'utilizzo di queste tecnologia sulla linea produttiva, non sulla realizzazione di prodotti intelligenti». Percentuali ancora più basse nell'ordine del 2 e 1%, riguardano invece aziende che intendono investire in cyber security e blockchain.

Ma perché le aziende scelgono, quando lo fanno, la transizione digitale? Spiega ancora Esposito: «Il 70% è guidato da motivazioni relative alla volontà di aumentare l'efficienza, interna o nei rapporti con i fornitori e l'innovazione, mentre il 21% è guidato da motivazioni esterne relative a esigenze dettate da imprese committenti o clienti o dalla disponibilità di incentivi». Anche se, sottolinea ancora il direttore generale dell'Istituto Tagliacarne, «è significativo che solo il 10% dichiara di scegliere la strada del digitale per un vantaggio legato agli incentivi». Riflettendo sulle motivazioni delle aziende emerge infatti un dato preoccupante: a circa 5 anni dall'arrivo degli stimoli al-

118 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE



la transizione digitale un terzo delle aziende ancora non conosce o non comprende cosa sia Industria 4.0, solo un quarto delle microimprese sa di cosa si tratti; dato che sale al 44% delle medio-grandi. È un fatto di strategia, di cultura e di capitale umano spiega Esposito: «Il piccolo imprenditore con 9 dipendenti non ha il capitale umano da mettere attorno ad un investimento tecnologico di questo tipo. Poi ci sono le resistenze culturali: le imprese di più piccole dimensioni tendono ad essere reattive e non proattive e anche questo spiega il ritardo». Un indugio che però, di questi tempi, può essere molto pericoloso. Le imprese manifatturiere che vedono una ripresa nel 2022 dei livelli pre-Covid sono per il 61% aziende che hanno già scelto la trasformazione digitale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I numeri

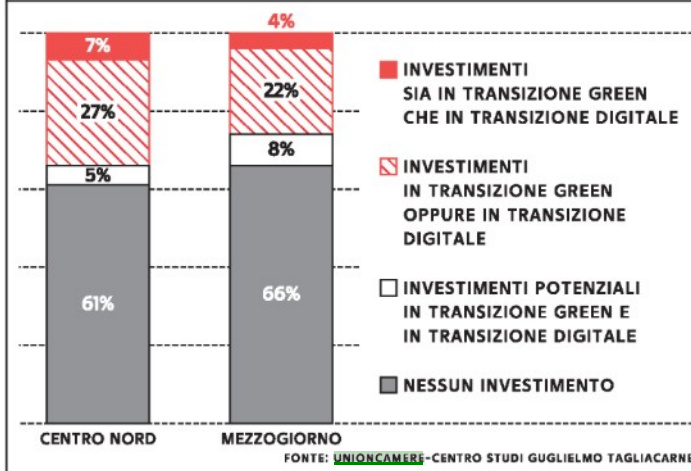
62%

NON INVESTE E NON HA PIANI

Secondo lo studio Unioncamere è la quota di imprese manifatturiere tra 5 e 499 addetti che non ha alcun piano di investimento, né sulla transizione digitale, né su quella verde

I numeri

IL RITARDO DELLE PMI MANIFATTURIERE SU INDUSTRY 4.0
RILEVAZIONE DEGLI INVESTIMENTI SULLA DOPPIA TRANSIZIONE



Gaetano Fausto Esposito
direttore generale del Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne



1 Operai al lavoro in una piccola impresa metalmeccanica

118 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE