

Press

Milano, 20 dicembre 2016

L'industria 4.0 nell'abitare Made in Italy: analisi e stimoli interessanti dalla 5° edizione di FIMI per il manifatturiero italiano

Alice Neotti
Tel. +39 02 8807781
Fax + 39 02 72008053
Alice.neotti@italy.messefrankfurt.com
www.messefrankfurtitalia.it

Presentati a Milano, in occasione del Forum per l'Internazionalizzazione del Made in Italy, i risultati dell'Osservatorio „Science of Interior 4.0”, promosso da Messe Frankfurt Italia insieme a Elle Decor e svolto da SDA Bocconi.

La quinta edizione di **FIMI - Forum per l'Internazionalizzazione del Made in Italy**, che si è svolta lo scorso 16 dicembre a Milano, è stata l'occasione per presentare **lo stato attuale e le prospettive per il futuro dell'evoluzione 4.0** tra le aziende dell'interior design italiano.

Al centro del Forum, moderato da Andrea Cabrini, direttore di Class CNBC, l'intreccio tra il settore dell'arredo e l'applicazione delle nuove tecnologie 4.0: una combinazione che ha fatto cambiare la “musica” nei processi produttivi e nell'offerta dei servizi dell'industria italiana.

A dare il via ai lavori **Detlef Braun**, Member of the Executive Board di Messe Frankfurt, che ha sottolineato la rilevanza di questo momento di confronto con i protagonisti del panorama industriale italiano. “L'arrivo della digitalizzazione ha posto le aziende di fronte ad una sfida importante, ma anche a nuovi stimoli di fare business. Gli individui e le organizzazioni sono chiamati a cambiare mentalità, con implicazioni importanti sulla qualità del lavoro, dei compiti, sulle competenze personali e sui modelli di business. Per creare una cultura 4.0 nelle aziende è necessario focalizzarsi sull'obiettivo finale di questa trasformazione che conduce direttamente al concetto di ‘servitizzazione’. Si tratta quindi di un'opportunità che le aziende devono cogliere, per mantenersi competitive a livello internazionale”.

A seguire **Giacomo Moletto**, CEO di Hearst Italia e Western Europe, riporta la sua esperienza in tema di Industria 4.0: “La sfida che dobbiamo affrontare nel futuro implica mettere in discussione la visione, una grande curiosità e la voglia di imparare. Negli ultimi anni il settore in cui opero ha registrato cambiamenti radicali: parlando di content strategy, l'avanzamento in termini di innovazione riguarda trasformazioni epocali globali, che spingono sempre più verso una user experience personalizzata, vero tema dell'Industria 4.0. Il processo è sotto gli occhi di tutti, le nuove modalità di accesso ai contenuti attraverso device portatili stanno generando un'osmosi fra informazione, intrattenimento e servizi in modalità fluida e ancora in via di consolidamento. Le parole chiave di questo sviluppo sono proprio personalizzazione, mobilità e osmosi”.

Carlo Alberto Carnevale Maffé, Professor of Strategy Bocconi University School of Management, e **Gabriella Lojacono**, Professore Associato del Dipartimento di Management dell'Università Bocconi, hanno duettato sul palco presentando i dati emersi dallo studio “Science of Interior 4.0” realizzato attraverso un questionario a circa mille imprese italiane del

settore del design e un'analisi di 20 best practice. Grazie alle esperienze di questi operatori si è ottenuta una panoramica di come l'Industria 4.0 stia cambiando in modo profondo il modo di produrre anche in Italia e di come le aziende del Paese siano consapevoli dell'importanza dei cambiamenti in atto e siano pronte ad agire di conseguenza. "Dall'analisi dei 20 casi benchmark risulta come alcune delle nostre migliori aziende abbiano investito, in media, circa il 50% dei flussi di cassa operativi generati nel periodo 2009-2015 in questa direzione, al fine di recuperare competitività nei confronti dei Paesi e delle produzioni low-cost", conferma Gabriella Lojacono che prosegue: "Anche il resto della filiera sta seguendo questo trend. L'84% delle aziende sottoposte a questionario ha dichiarato che gli investimenti in futuro verranno spostati da alcune aree di business per favorire la valorizzazione del modello 4.0".

"Parlando di Industria 4.0" afferma il professore **Carnevale Maffé** "non parliamo solo di 'efficientamento' o di pura tecnologia nelle aziende, ma ridiscutiamo l'intero modello di business. Implica infatti la possibilità di segmentare meglio i mercati di sbocco ed effettuare strategie di posizionamento ad hoc, coscienti di un processo che necessita di diversi step e non consiste in un cambiamento repentino. Dallo studio emerge come le funzioni Marketing e Purchasing delle imprese debbano svilupparsi di pari passo al modello produttivo 4.0, sviluppando una maggiore e migliore integrazione in ottica strategica. Produzione 4.0 deve accompagnarsi quindi a distribuzione 4.0, marketing 4.0 e purchasing 4.0". Un altro dato importante emerso dalla ricerca riguarda la comunicazione al cliente finale e il suo coinvolgimento nel processo produttivo: è necessario raccontare il prodotto in un modo nuovo al consumatore che diventa 'consumatore', protagonista del passaparola di mercato e figura di rilievo per portare l'innovazione 4.0 nella filiera. La vera sfida consiste quindi nel progettare 'customer experiences' in funzione del consumatore.

L'importanza di fare sistema e di investire

Per affrontare la sfida dell'Industria 4.0, anche il mondo del design e le imprese di questo ambito confermano la grande necessità di fare sistema. Questa tematica, insieme all'importanza di investire, è stata al centro della conversazione tra **Fabio Sattin**, Socio Fondatore di PEP/Italian Design Brands, **Marco Santino**, Partner e Managing Director di Boston Consulting Group, e **Roberto Maestroni**, Senior Principal di Investindustrial. "Il design è uno dei motori di sviluppo del nostro Paese e l'Industria 4.0 nel design è una grande opportunità soprattutto per le piccole e medie imprese italiane. Queste possono superare alcuni dei vincoli che hanno e diffondere la cultura del bello raggiungendo nuovi clienti in maniera innovativa e con dei costi confrontabili e competitivi rispetto ad altri player" dichiara Marco Santino.

In sala alcune aziende di rilievo del mondo del design italiano (Poliform, Ratti, Castaldi Lighting e Ilcar di Bugatti) hanno portato le loro esperienze di

applicazioni 4.0 già in atto nelle loro realtà confermandone le positive conseguenze. Walter Camarda, CEO di Castaldi Lighting e Vice Presidente di Assil, dichiara: “Il 4.0 è una necessità: l'evoluzione della parte tecnologica ci pone nella condizione di attuare delle modifiche sia organizzative sia strutturali nelle aziende per seguire la dinamica del mercato. Gli spunti emersi oggi sono numerosi: grazie alla ricerca di SDA Bocconi abbiamo ricevuto importanti indicazioni ed è fondamentale che ogni ambito poi trovi il proprio spunto su cui lavorare. Una delle basi si conferma l'importanza del servizio al cliente che nella mia azienda è già in atto, ma che sempre di più nel nostro settore diventerà indispensabile”.

Interessante è stato anche il dialogo tra Giuliano Busetto, Presidente della Federazione ANIE, e il direttore d'orchestra Daniele Agiman, che hanno paragonato il mondo delle imprese al mondo della musica. “In un'azienda ogni comparto ricopre un ruolo ben preciso nel processo produttivo e il successo si raggiunge con la collaborazione di tutti i comparti. È necessario però che vengano riconosciute le competenze di ognuno. Come in un'orchestra: si crea una sinfonia perfetta riconoscendo l'esatto contributo di ogni singolo strumento musicale” riconosce Giuliano Busetto.

I risultati della ricerca “Science of Interior 4.0” e la galleria fotografica disponibili su www.fimi.messefrankfurt.it.

Informazioni essenziali su Messe Frankfurt

Messe Frankfurt è uno degli enti fieristici leader internazionali, con un fatturato di oltre 640* milioni di euro e un organico di 2.364* collaboratori. Il Gruppo Messe Frankfurt vanta una rete mondiale composta da 30 società affiliate e 55 Sales Partner internazionali. Grazie a questa rete Messe Frankfurt è presente in 175 Paesi. In circa 50 poli fieristici del mondo si svolgono manifestazioni “made by Messe Frankfurt”. Nel 2016, sotto il tetto di Messe Frankfurt, si sono tenute 138* fiere, di cui oltre la metà all'estero.

I 592.127 metri quadrati di superficie base di cui dispone Messe Frankfurt sono occupati da dieci padiglioni. Inoltre la società fieristica gestisce due centri congressi. La storica Festhalle è una delle sedi più apprezzate in Germania per svolgere eventi di ogni tipo. Messe Frankfurt è in mano pubblica: la Città di Francoforte detiene il 60 per cento mentre il Land Assia il 40 per cento.

Ulteriori informazioni sono disponibili al sito: www.messefrankfurt.com.

*cifre provvisorie del 2016

Elle Decor Italia è il magazine internazionale di design e tendenze, arredamento e stili di vita, architettura e arte, edito da Hearst Italia. (HMI). Impegnato nella divulgazione dei nuovi modi di abitare, nell'informazione e in ambito di design e nella promozione della cultura del progetto in Italia e all'estero, è parte di un network che si estende in 28 Paesi, conta 25 edizioni in tutto il mondo (9,2 milioni di lettori) e costituisce la più grande rete internazionale di periodici di interior design. Elle Decor Italia rappresenta anche una piattaforma multicanale con una forte specializzazione verticale, in grado di rispondere alle esigenze del settore attraverso soluzioni di business specifiche.