

## Messe Frankfurt

## Porsche premia il digitale

A che punto è il processo di trasformazione digitale dell'impresa manifatturiera italiana? È una domanda che si pongono molti operatori del settore, a cui tuttavia non è ancora facile fornire una risposta univoca: troppe variabili e un persistente *rumore bianco* di sottofondo rischiano infatti di allontanare l'analisi dall'oggettività scientifica su cui si deve basare qualsiasi tentativo tassonomico. A meno di non *aprire le imprese e guardarci dentro* con attenzione.

Che è ciò che hanno provato a fare Messe Frankfurt e Porsche Consulting le quali, all'inizio del 2018, hanno organizzato un contest rivolto a Pmi e aziende di maggiori dimensioni che la settimana scorsa è giunto alla sua fase conclusiva. La Fiera di Francoforte, che in Italia organizza l'Spc di Parma, ha messo il suo ampio network, mentre il brand di consulenza tedesco, molto attivo nel nostro Paese proprio su questo tipo di argomenti, ha fornito il know how, con l'obiettivo di arrivare a una short list su cui una giuria ristretta composta da Lavazza, Johnson&Johnson, Ferrero, Bonfiglioli, Electrolux, Rold, Politecnico di Milano, Anie e *Corriere Innovazione* ha poi lavorato nelle scorse settimane passando al setaccio per ciascun candidato l'approccio alla strategia digitale, il grado di innovazione di prodotti e processi, l'agilità d'implementazione, la qualità tecnologica delle infrastrutture e l'organizzazione dei reparti commerciali. È stato così possibile decretare quale realtà imprenditoriale, nelle due fasce dimensionali, avesse interpretato al meglio il verbo dell'Industria 4.0.

Sul gradino più alto del podio della categoria «corporate» ci è finita Sew-Eurodrive, che opera nel campo della produzione di sistema per l'automazione industriale, logistica e di processo, mentre per la sezione «Pmi» è stata scelta Lenze, che si occupa dell'ideazione di sistemi di automazione industriale. Ragiona sui risultati dell'iniziativa Giovanni Notarnicola, associate partner di Porsche Consulting: «Siamo riusciti a porre il tema della trasformazione al centro delle priorità strategiche delle aziende italiane e a creare un positivo effetto di contaminazione fra grandi e piccole imprese». Molte le Pmi che hanno deciso di partecipare a questa prima edizione: «Un segnale positivo — prosegue il manager —: le aziende di minori dimensioni sono più agili e veloci nel cambiamento, ma necessitano di superare un approccio tattico guidato dalla tecnologia, legando la trasformazione alla visione strategica».

Tenta invece di guardare avanti Josef Nierling, ad di Porsche Consulting: «Emerge un avvio diffuso dei processi di trasformazione, adesso serve però una chiara strategia per lo *scaling* a livello globale».

M.D.B.

© RIPRODUZIONE RISERVATA