



L'INDUSTRIA DELL'INTERIOR DESIGN ITALIANO ALLA SVOLTA 4.0

Al via la 5ª edizione di FIMI, Forum per l'Internazionalizzazione del Made in Italy, organizzato a Milano da Messe Frankfurt Italia, durante il quale verranno presentati i risultati dell'Osservatorio «Science of Interior 4.0» svolto dall'Università Bocconi

Qualcosa si muove nel mondo del design e dell'arredamento italiano e delle tecnologie per abitare. Un settore vulcanico e magmatico per quanto riguarda creatività e dimensioni, ma considerato fino a oggi alquanto statico se osservato sotto il profilo industriale. Invece sembra non essere proprio così, in quanto l'avvento del concetto di industria 4.0 ha aperto gli occhi a tutti e anche in questo campo si nota un grande fermento: le aziende stanno investendo a ritmi elevati in innovazione e già oggi sono presenti casi industriali che stanno rivoluzionando il proprio comparto. Di queste eccellenze e dell'impatto che l'industria 4.0 sta avendo sul mondo dell'interior decoration se ne parla alla 5ª edizione di FIMI, Forum per l'Internazionalizzazione del Made in Italy, organizzato da Messe Frankfurt Italia e in programma a Milano il prossimo 16 dicembre presso l'UniCredit Pavilion (Piazza Gae Aulenti, 10) a partire dalle 9.00.

Un'edizione quanto mai importante quest'anno, in quanto verranno per la prima volta presentati i risultati dell'Osservatorio «Science of Interior 4.0», svolto da SDA Bocconi e promosso da Messe Frankfurt ed Elle Decor Italia, lanciato nel corso dell'edizione dello scorso anno. Le conclusioni dell'Osservatorio chiuderanno il cerchio del percorso iniziato un anno fa con l'obiettivo di fotografare lo stato del mercato e il fenomeno industria 4.0 nelle principali realtà produttive dei settori interior decoration, design e beni di rilevanza estetica, al fine di proporre soluzioni concrete in grado di unire la tradizione artigianale e manifatturiera del Made in Italy con la visione produttiva del futuro.

Messe Frankfurt è uno degli enti fieristici leader al mondo, con 133 fiere organizzate nel 2015 e un fatturato di oltre 640 milioni di euro. «Le manifestazioni Messe Frankfurt vengono sempre più scelte da aziende e buyer italiani come opportunità per promuovere e far crescere il loro business a livello mondiale - dichiara **Donald Wich, ad di Messe Frankfurt Italia** - la presenza italiana risulta la più consistente agli eventi del gruppo, sia a Francoforte che nel resto del mondo, sia in termini di espositori che di visitatori. Per rispondere alle esigenze della manifattura italiana di stare al passo con i tempi attraverso una maggiore innovazione e flessibilità, Messe Frankfurt Italia, filiale presente a Milano da 18 anni, ha scelto come focus l'automazione industriale, la rivoluzione industriale, digitale e tutto ciò che è sviluppo innovativo delle produzioni manifatturiera organizzando a Parma SPS IPC Drives Italia, fiera di riferimento del settore e bacino di nuovi trend, ma anche sviluppando forum annuali accompagnati da studi e osservatori settoriali e itineranti, come il Forum FIMI che sarà l'occasione per analizzare i modelli produttivi nel settore dell'arredo e della decorazione intesa come interior design della casa e delle cose».

Tra i rappresentanti del mondo dell'industria e del design che parteciperanno al Forum FIMI saranno presenti l'architetto **Antonio Citterio** e il direttore responsabile di Elle Decor Italia, **Livia Peraldo Matton**, insieme a **Fabio Sattin**, socio fondatore di PEP/Italian Design Brands e **Marta Anzani**, corporate manager di Poliform, **Ferdinando Lescio**, ma-

nager Home division Ratti division D, e in chiusura **Walter Camarda**, ceo di Castaldi Lighting e **Marco Cremaschini**, sales director di Ilcar Bugatti.

La ricerca Science of Interior 4.0, curata da **Gabriella Lojacono**, **Carlo Alberto Carnevale Maffè** e **Matteo Bizzaccaro** dell'Università Bocconi, ha preso in esame vari stadi della filiera produttiva e diversi comparti merceologici, sviluppandosi in tre sezioni: un focus group, un'indagine di mercato e un'analisi economico-finanziaria da cui emerge come le aziende italiane stiano investendo ben il 50% dei flussi operativi di cassa in nuove tecnologie digitali e adottando un modello di sviluppo diverso da quello tedesco, fino a ora preso come benchmark di riferimento. Investimenti che potrebbero ricevere un nuovo impulso dalle iniziative previste del governo. «Il piano del Governo su Industria 4.0 - auspica **Marco Vecchio**, segretario di Anie Automazione - e in particolare l'iper-ammortamento che verrà lanciato nel gennaio 2017 hanno creato importanti aspettative nel settore ed effettivamente questo strumento potrebbe attivare importanti investimenti nel comparto della meccanica strumentale con grandi ricadute anche sui fornitori di tecnologie».

L'avvento dell'industria 4.0 sta infatti portando i consumatori a chiedere sempre maggiore personalizzazione, diventando così «consumatori», cioè soggetti protagonisti della comunicazione integrata e in connessione perenne, dove ogni esperienza, sia conviviale sia individuale, diventa oggetto di una conversazione sociale e condivisa. «Mentre per la componente industriale e produttiva si è più avanti, in quella commerciale/distributiva il ritardo è elevato - avverte **Carlo Alberto Carnevale Maffè, professor of Strategy dell'Università Bocconi** - le aziende, soprattutto nel mondo del contract, stanno quindi bypassando la distribuzione creando canali diretti verso il cliente finale e facendo dialogare direttamente committente e progettista. Si tratta di una vera rivoluzione, perché oggi non si tratta più di arredare un ufficio, un punto vendita o riempire spazi di un ambiente ma di progettare customer experience utilizzando le nuove tecnologie, di gestire le complessità, di essere co-progettisti e integratori di sistemi differenti. Con l'industria 4.0 è partito un ciclo di reintermediazione dei progetti d'interni e il contract è l'ambito dove più ciò si nota. Cambia il concetto stesso di progetto in cui avrà un ruolo sempre maggiore quello che io chiamo il «chief 4.0 officer».

Le imprese, per quanto ancora in modo disordinato e intuitivo, stanno sperimentando e investendo, ma qualcuno è partito in anticipo. «Per quanto ci riguarda - commenta **Marco Cremaschini, sales director di Ilcar Bugatti** - abbiamo iniziato già da diversi anni a ragionare in termini di 4.0 sviluppando prodotti innovativi, soprattutto nel comparto dei piccoli elettrodomestici, all'avanguardia per il livello di soluzioni adottate. L'applicazione dei concetti di industria 4.0 nei processi organizzativi ha permesso inoltre la riconversione del personale di back office dalla routine della gestione ordini al crm e alle ricerche sui social media».



Donald Wich

Mf

PAESE :Italia
PAGINE :22
SUPERFICIE :60 %
PERIODICITÀ :Quotidiano□□

DIFFUSIONE :(105395)
AUTORE :N.D.



► 14 dicembre 2016 - N°245



Carlo Alberto Carnevale Maffè