

## Tavolo 1

**Digital manufacturing.** Come le tecnologie della manifattura digitale cambiano i processi aziendali, i prodotti e il rapporto con il mercato. Percorsi per un customized manufacturing. Quali sfide e quali itinerari verso Industria 4.0 e il ruolo dei fablab.

### Spunti derivanti dall'interazione

**Conoscenza e cultura.** Molte imprese non sono a conoscenza delle opportunità della digital transformation e dell'industria 4.0, anche se sempre più gli imprenditori tendono a richiedere approfondimenti in materia. Allo stesso modo, la comunicazione e i messaggi che si danno non sono facili né appetibili per le piccole realtà: rivoluzione e cambiamento spaventano, soprattutto se la cultura informatica è limitata.

**Eccellenza.** Il digital manufacturing può sostenere l'eccellenza italiana ma va capito come applicare le nuove metodologie e tecnologie digitali nel processo analogico e su misura delle piccole e micro aziende, sapendo comunque che senza il digitale, nel prossimo futuro, tale flessibilità e capacità di personalizzazione sarà meno competitiva.

Allo stesso modo, dobbiamo creare e diffondere eccellenza lato offerta: competenze e servizi per portare il digital manufacturing nelle aziende italiane. L'approccio nazionale espresso con i Competence Center può perdere di vista l'innovazione informale, non brevettata, open source, già presente nelle micro realtà? Gli attuali FAB LAB hanno un limite tecnologico di infrastrutture, e di competenze: come diffondere le specificità tecnico-consulenziali di cui hanno bisogno le imprese, anche artigiane?

**Acquisto tecnologia vs servizi.** In Germania, i macchinari si noleggiavano con servizio di manutenzione e controllo da remoto. La struttura delle imprese italiane è micro, tale per cui già oggi le imprese tendono a usufruire di servizi di utilizzo della tecnologia e non acquistano tecnologia. Necessità quindi di Bandi regionali / nazionali orientati al servizio più che all'acquisto, con nuove modalità di rendicontazione delle spese.

**Opportunità di reti.** Per sfruttare il piano Industria 4.0, forse una strada è data dalle reti tra imprese e realtà a supporto, centri di ricerca, istituzioni. Non dimenticando gli esempi già in essere, come "Rete per l'innovazione". Forse, serve un approccio più organico.

**Comunicazione e formazione.** E' importante comunicare alle imprese la presenza dei punti di informazione e dei luoghi di accesso alla tecnologia e ai servizi specialistici diffusi sul territorio, con riferimento sia alle realtà private sia alle Organizzazioni e Istituzioni. Parallelamente, si vede la necessità di convergere gli ambiti tradizionali della formazione finanziata (come FSE) verso le nuove tematiche della digital transformation, manufacturing e Industria 4.0, anche per una

r  
i  
q  
u  
a  
l  
i  
f  
i  
c  
a  
z  
i  
o