



Analisi e benchmarking delle tecnologie digitali e delle competenze manageriali nelle filiere automotive italiana e statunitense

SCENARIO DI RIFERIMENTO

Il settore automotive si caratterizza, oggi sempre più, per la sua capacità di adottare in modo sistematico, a livello internazionale, nuove tecnologie e modelli di organizzazione del lavoro, che possono essere poi trasferiti all'interno dei diversi sistemi nazionali. Tale relazione è determinata dal fatto che, a livello internazionale, il settore automotive deve affrontare le sfide relative al cambiamento tecnologico, alla crescente globalizzazione, alla maggiore complessità tecnologica dei prodotti, alle normative, nonché anche agli shock sul lato della domanda (ultimamente acuiti dalla recente emergenza sanitaria). Sono tutti aspetti che impongono alle aziende del settore di investire per sviluppare nuove prestazioni produttive, in forme nuove ed attraverso nuovi strumenti. Tuttavia, tale cambiamento tecnologico ed organizzativo genera tensioni per le imprese, alle quali, a livello nazionale, vengono richiesti processi produttivi ad alto livello di connettività e integrazione (in termini di processi, sistemi aziendali e loro livelli organizzativi) con tutti gli attori dell'intera catena del valore. Infatti, l'adozione delle tecnologie digitali per il settore, pur rappresentando un utile paradigma di riferimento, per ottenere aumenti di performance, sotto molti aspetti, quali riduzione dei costi, aumento di qualità, flessibilità, tempi di produzione, costi e tempi di sviluppo prodotto, da sola non dispiega le sue potenzialità se manca da parte del management l'esatta comprensione circa l'effettivo utilizzo e implementazione di un paradigma Industria 4.0, in tutte le sue implicazioni tecnologiche ed organizzative.

TARGET

Il piano di intervento si rivolge al management delle aziende, per il quale si pone la necessità di comprendere come aziende simili alle loro hanno introdotto con successo le tecnologie digitali, sulla scorta di una preventiva progettazione organizzativa. Tutto ciò in termini di pratiche manageriali e organizzative, strutture organizzative, formazione del capitale umano con competenze adeguate, approccio alle decisioni sulla base di dati piuttosto che su intuito o esperienza.

OBIETTIVI

Offrire al management delle aziende del settore automotive prassi di implementazione di tecnologie digitali, da individuare tra quelle adottate con maggior successo da similari aziende, italiane ed americane. Ciò consentirà ai manager di valutare gli effettivi punti di forza e di debolezza delle loro organizzazioni, grazie allo studio di casi di eccellenza, che:

- facilitino la comprensione del ruolo di tecnologie 4.0, attraverso l'utilizzo di analisi statistiche e specifici business case, nonché le loro applicazioni in casi d'uso concreti;
- illustrino le modalità ed i livelli di investimento in tecnologie digitali ed il tipo di risultati che sono in grado di generare;
- individuino i principali elementi organizzativi che occorre definire, prima e durante l'implementazione delle tecnologie digitali;
- propongano una progettazione organizzativa dell'impresa che consideri le pratiche organizzative, manageriali e di capitale umano e le relazioni con partner di filiera e fornitori tecnologici;



- forniscano al management strumenti di posizionamento tecnologico e organizzativo che permettano di comprendere dove sia necessario investire;
- illustrino, attraverso le tecnologie adottabili, per diverse aree target (manutenzione, logistica, assemblaggio) i loro impatti (in termini di costi, qualità, flessibilità) e i correlati costi da sostenere.

ATTIVITÀ CORE

Il raggiungimento degli obiettivi prevede la realizzazione di un'indagine che sarà articolata in più fasi:

1. la raccolta di dati quantitativi (attraverso un opportuno questionario) relativi ad un campione di 40 imprese piemontesi per valutare la diffusione delle tecnologie digitali nel settore automotive e il complementare investimento nelle pratiche organizzative e manageriali;
2. l'analisi di dati relativi ad un campione di circa 40 imprese statunitensi per valutare quantitativamente il differenziale di diffusione e di adozione delle tecnologie digitali e il complementare investimento nelle pratiche organizzative e manageriali;
3. la realizzazione di un'azione di benchmark, che confronti le modalità di adozione delle tecnologie di Industria 4.0, dal punto di vista manageriale prima che tecnico, tra il campione italiano e quello USA;
4. la realizzazione di 5 Pillole in-formative, della durata di 15 minuti ciascuna, che attraverso la valorizzazione di materiale video e interviste ai manager di alcune aziende coinvolte nell'indagine,

illustreranno le migliori modalità di implementazione di specifiche tecnologie abilitanti;

5. la realizzazione di un report finale di sintesi;
6. la diffusione del report e la presentazione delle pillole in-formative, in occasione di un convegno di chiusura delle attività.

RISULTATI

Gli output del progetto saranno:

1. Report finale di benchmark
2. 5 pillole in-formative
3. Report finale delle attività di promozione e diffusione

