



**Il futuro dell'acciaio  
non è più quello di una volta.**

---

## REPORT workshop **innovA**

**mercoledì 11 aprile** 2018 **Villa Fenaroli** // via Giuseppe Mazzini, 14 - Rezzato (Brescia)

### **I servizi innovativi**

*Premessa di F. Morandi*

*Discussant: M. Masserdotti, F. Besacchi, G. Turati*

#### **PREMESSA**

Un paniere di tecnologie, come lo definisce il professor Giuliano Noci, sta entrando in modo trasversale nel nostro modo di fare impresa. Dentro e fuori i confini dell'azienda. Questo stesso paniere di tecnologie sta modificando i paradigmi dell'impresa, dove **dalla definizione di un perimetro si passa a un modello reticolare** dominato da sfere di relazioni: «La trasformazione digitale cambia il modo di fare industria. Internet of things, intelligenza artificiale, cloud e tecnologie blockchain eliminano il perimetro aziendale, spostando dati e servizi al di fuori di esso».

In questo perimetro aziendale che va sempre più ampliandosi in un modello reticolare, diverse tecnologie legate ai servizi possono rappresentare oggi per le imprese siderurgiche opportunità nuove di crescita.

Dai nuovi sistemi di finanziamento, dove in un più ampio quadro europeo innovative modalità di finanziamento sono a disposizione delle imprese. A un'adeguata formazione del capitale umano, che sia in grado di conoscere le nuove tecnologie e allo stesso tempo avere consapevolezza dei rischi. La cybersecurity abbraccia i concetti di tutela, responsabilità e strategie condivise. Il marketing diventa veicolo per raccontare esperienze, più che prodotti. E la blockchain può rappresentare per le nostre imprese uno strumento di certificazione alternativa, per accreditare documenti e prodotti in modo trasparente. E la trasparenza, nel nostro settore, è un elemento importante per la reputation esterna. Senza prescindere dal protagonista, fulcro e primo driver di innovazione. Che è l'uomo. Ecco allora che i programmi di welfare aziendali sono pensati per aziende a misura d'uomo, che è ancora il centro di questa rivoluzione tecnologica.

#### **I SERVIZI INNOVATIVI**

##### **FINTECH**

Matteo Masserdotti, fondatore di 200 Crowd, si fa portatore del messaggio sul fintech: dove la finanza incontra la tecnologia, il fine è quello di offrire servizi sempre più personalizzati al cliente. Forme nuove di finanza alternativa stanno oggi acquisendo terreno rispetto alla finanza tradizionale. Ecco allora banche online, con possibilità di richiedere finanziamenti o anticipo fatture in 24 ore disponibili.

Anche il mondo dell'equity crowdfunding diventa importante per il settore siderurgico. Campagne veloci e flessibili permettono di investire in aziende ad alta redditività che possano crescere nel lungo termine. È necessaria allora una contaminazione, tra imprenditori che diventano a loro volta investitori. Così come è necessaria una giusta apertura, una voglia di informarsi per scoprire le opportunità presenti sul mercato che potrebbero fare al caso nostro (come la start-up GlassUp che applica la realtà aumentata ad applicazioni industriali).

##### **BLOCKCHAIN**

Le nuove tecnologie stanno cambiando i confini e i perimetri. Non solo fisici ma anche generazionali. E non è un caso se al tavolo di innovA, a

parlarci di blockchain, è il giovanissimo Luigi di Benedetto, classe 1998, già fondatore di una propria società (CryptoDiamond srl). Luigi sottolinea come la blockchain sia nata proprio per garantire la transizione di documenti o prodotti aziendali in modo trasparente, tutelato e non possibile di modifiche; ne viene così garantita la veridicità. Trattandosi non di un caricamento dati ma di un libro mastro, dove in real time vengono scritte e registrate tutte le transazioni che non possono essere modificate, un attacco informatico è pressoché impossibile.

Essendo garantita sulla blockchain la veridicità delle transazioni, quali applicazioni può avere nelle nostre aziende? Un primo esempio, ben descritto da Francesco Besacchi, immagina la blockchain come sistema per la circolazione delle **certificazioni di prodotto**. Dall'emissione degli stessi dai produttori, alla vendita al cliente finale end-user, i certificati necessitano di una transizione corretta, veritiera, che garantisca che nessuna modifica venga fatta sul documento. Ecco allora che la blockchain può aiutare questo processo, dando una maggiore garanzia al cliente finale e modificando al tempo stesso il concetto di "ente certificatore".

Un altro esempio di applicazione, presentato dall'azienda Alfa Acciai presente al tavolo di lavoro, vede la blockchain come **strumento per la trasparenza**. In un settore, quale quello siderurgico, dove riuscire a comunicare correttamente gli impatti ambientali garantirebbe una migliore trasparenza verso l'esterno e di conseguenza una migliore reputazione aziendale, questa è senz'altro una novità.

## **CYBERSECURITY**

Se è vero che oggi i perimetri fisici dell'azienda non ci sono più, se i dati oggi risiedono ovunque, dentro e fuori l'azienda, come possiamo proteggerci da possibili attacchi? E come possiamo impedire che il dato venga modificato? Sarà una questione cruciale delle aziende nei prossimi anni. E anche nella filiera dell'acciaio non potremo permetterci di sottovalutare questi rischi. L'Industria 4.0 fa sì che l'information technology impatti anche sulle operations: ma se un dato virtuale viene modificato, può creare un blocco fisico della produzione creando quindi una connessione tra reale e **virtuale**, dove una modifica virtuale può danneggiare in modo **reale** le nostre operations.

Come difenderci? Tutela, responsabilità e strategie le parole chiave. La tutela fa riferimento al **GDPR**, Regolamento Ue 2016/679, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento e alla libera circolazione dei dati personali. Entrerà in vigore dal 25 maggio 2018 e di fatto chiederà ad ogni azienda, custode di dati personali relativi a dipendenti o stakeholder, clienti, di prenderne cura e gestirli in modo responsabile. Attuando cioè tutte quelle politiche e adempimenti necessari a tutelarne i dati; creando delle policy che andranno ad impattare non solo su IT manager delle aziende, ma su tutte le aree e funzioni aziendali. Con una corretta strategia e **formazione, mirata a tutto il personale**. Che sappia mostrare quali possibili azioni le aziende potranno mettere in atto per gestire al meglio i dati, tutelando l'uomo, che ancora una volta, è il centro.

## **WELFARE AZIENDALE**

Riportare l'uomo al centro, parlare di benessere e soddisfazione dei lavoratori significa parlare di welfare aziendale. Le piccole e medie imprese sono oggi sempre più protagoniste del cambiamento sociale e crescono sensibilmente le aziende attive nel welfare, dove la crescita della produzione e della competizione tra aziende si accompagna a **piani di welfare** dove i rapporti tra impresa e personale cambiano. Dove il personale, da semplice esecutore, diventa innovatore. E proprio sul Giornale di Brescia aperto sul tavolo, l'articolo riporta le tre aziende bresciane premiate per l'attenzione al welfare.

Piani di welfare significano essenzialmente **rimettere l'uomo al centro**. In fondo, nell'uomo, la catena del valore dell'innovazione è composta da creatività, curiosità e libertà di pensiero. E la creatività viene spesso limitata da quelle che sono le abitudini dell'uomo. "Se nei primi 30 anni l'uomo si fa le abitudini, dopo i 30 sono le abitudini che fanno noi". E riconoscere la mente umana come culla di innovazioni significa riconoscerne anche le abitudini e i limiti al cambiamento.

A monte, è necessario un **cambio culturale**. Il ritardo che abbiamo in Italia è anche dovuto ad un "ritardo" culturale, a partire da alcune prime

# innovA

Il futuro dell'acciaio  
non è più quello di una volta.

---

linee aziendali. Un cambiamento culturale che riguarda un cambio di ruoli e di generazioni. In questo senso, infrastrutture di blockchain aiuteranno in qualche modo **ad avvicinare diverse generazioni in azienda.**

## LO STORYTELLING

Carlo Massoletti, riprendendo l'importanza che «la distribuzione avrà nella catena del valore» esorta le imprese della filiera a **raccontarsi in maniera nuova, diversa**. La comunicazione deve essere nuova perché il consumatore è diverso, non è più quello di vent'anni fa, è un consumatore proattivo, collaborativo e desideroso di condivisione. Sia che si parli di B2C o di B2B, il cuore è sempre l'uomo, sempre di P2P si parla, cioè **people to people**. E allora diventa importante offrire un prodotto sempre più personalizzato, dove il concetto di servitization rende molto bene il concetto per cui il prodotto si fa servizio e i colossi Google e Amazon sono stati i primi a capire come dare al cliente un servizio personalizzato.

E se il vero protagonista è e resta il consumatore, personalizzazione del servizio e del prodotto e una comunicazione su misura sono le chiavi principali.

E le aziende del nostro settore, per meglio raccontarsi verso l'esterno, devono abbandonare sempre di più un modello di **comunicazione verticale**, push, forzata, ma abbracciare una comunicazione reticolare, da molti a molti. Si parlerà di **piattaforma** nella prossima edizione di innovA.

E se innovA rappresenta una sfida nuova dove Roberto Nicolai di BrandityLab respira un'aria che immagina «essere la stessa che si respirava al momento della nascita di siderweb e Made in Steel», quali nuove sfide porteremo nell'arena bresciana? Quali testimonianze di comunicazione e di storytelling reticolare potranno ricevere gli imprenditori dell'acciaio? Considerando che sarà utile portare non tanto i casi di ciò che è stato, non di ciò che sarà ma di ciò che è oggi.

Non dimenticando che la tecnologia è solo uno strumento, un mezzo. «Guai ad affidare alla tecnologia la leadership». E in questo Riccardo Trichilo, direttore del CSMT, ci porta l'esperienza della piattaforma sviluppata in Beretta, piattaforma sferica, globale, grazie alle quale l'azienda può vedere cosa sta facendo il cliente.

## FORMAZIONE

E citando il Master MAXE, master per le eccellenze, Riccardo Trichilo riporta l'attenzione sull'importanza della formazione. Se è vero tra l'altro che oggi gli impianti producono quantità enormi di dati, conoscerne l'utilizzo potrebbe essere interessante. I beni di oggi sono i dati: impianti, fonderie, macchinari. Ma il paradosso è che oggi i nostri dipendenti sono sì 4.0, nelle loro vite, ma spesso nelle aziende vi è poca formazione rispetto all'utilizzo appropriato delle nuove tecnologie. **innovA quindi come momento formativo**. innovA contenitore di innovazioni. Contenitore nuovo. Sono strumenti nuovi. Conoscerli è vitale.

Giacomo Coppi di SAP Italia sottolinea come l'Industria 4.0 collega le persone alle industrie tramite intelligenza artificiale, blockchain (in un loro progetto applicata allo scarico di nave, aspetti fiscali e movimentazione), logistica.

Velocità dell'innovazione: quando la percorriamo siamo già in ritardo (Papa Francesco, Laudato Sii).

## IL BRAND

E in tema di marketing digitale. Spunto che nasce da mia curiosità ed interesse che potrei anche considerare di far sviluppare per nostre analisi e consapevolezza, perché credo che il tema sia tutt'altro che settoriale e merceologico ma invece trasversale e "sociale". Sociologo: credo che sia questo tipo di professione a poter dare migliore lettura ai cambiamenti e ai trend che coinvolgono appunto le "abitudini sociali", ritenendo che il nuovo modo di vendere e di comprare sia appunto questo. A innovA ospitare un **intervento di un sociologo sul cambiamento di abitudini di approccio all'acquisto e alla vendita.**

Di seguito domande o considerazioni:

1. Sempre più uniformate modalità di acquisto e di valutazione dello stesso (stesso metodo se gelato o auto o casa?)
2. Vendere allo stesso modo uniforme e rende uguale vendere acciaio, fusioni o bollicine di Franciacorta?
3. Prodotti venduti sulla base di "racconto+brand" e sempre meno su valutazione "reale+fisica" (dalla "fiera campionaria" all'acquisto on-line)
4. Reputazione-Valutazione: cambiate nel tempo le modalità per misurarle

Sviluppare questi temi e descriverne il trend per capire fino a che punto questo condiziona e uniforma l'atteggiamento del "buyer" (sia 2B che 2C) verso prodotti completamente diversi. Questo per dare ovviamente indicazioni a chi vende ad esempio se deve valutare se ormai è meglio avere un bel sito web che non mandare un agente impeccabile e competente con valigetta prodotti a suonare i campanelli.

## CONCLUSIONI

Trasferire i dati tramite blockchain, comunicare verso l'esterno e allo stesso tempo proteggerci da attacchi tramite la cybersecurity fa sì che questi temi di comunicazione, blockchain e cybersecurity si intersechino tra di loro. L'Innovazione è quindi una cosa complessa: **innovA dovrà essere in grado di rappresentarla, questa complessità**. I tre giorni sull'innovazione dovranno essere creatrici di **melting pot dove solo dal confronto e dalla diversità potranno uscire idee innovative**.

A partire dalla creazione di un **tavolo istituzionale** con livelli europei (Bruxelles), con associazioni di categoria e del territorio, quali AIB, piattaforme e lobby. Superando così una delle criticità tutta Italiana, dove l'essere così sparpagliati ci rende talvolta incapaci di fare rete.

E tra i ragionamenti e gli spunti che dovremo attenderci dalla tre giorni, di seguito le idee emerse dal tavolo sui Servizi Innovativi:

1. Primo obiettivo di innovA: conoscere le nuove modalità di finanziamento alternative e da imprenditori/investitori, ampliare la veduta, informarsi, per scoprire sul mercato opportunità che potrebbero fare al caso nostro
2. Se la blockchain garantisce la transazione di documenti e prodotti e in modo sicuro, **quali possibili applicazioni può avere nelle nostre aziende?** Circolazione dei certificati di prodotto; possibilità di comunicare in modo trasparente verso l'esterno gli impatti ambientali. Altre idee?
3. Una corretta formazione sui rischi e gli attacchi che potrebbero minare le numerose iniziative di Industria 4.0. In questi rischi, il nuovo GDPR viene incontro ad alcune di queste necessità. E allora inserire ad innovA momenti di formazione su cybersecurity sul nuovo GDPR, per mostrarne le opportunità strategiche per le aziende potrebbe aiutare
4. **Quali piani di welfare possono rendere le imprese siderurgiche a misura d'uomo?** Rendendo il personale da semplice esecutore a innovatore. E rendendolo fecondo di innovazione e di creatività? Come stimolare questa libertà di pensiero dell'uomo?
5. **Quali testimonianze di comunicazione e di storytelling reticolare potranno ricevere gli imprenditori dell'acciaio?** Considerando che sarà utile portare non tanto i casi di ciò che è stato, non di ciò che sarà ma di ciò che è oggi. **Comunicazione reticolare**, da molti a molti. Si parlerà di piattaforma nella prossima edizione di InnovA.
6. **innovA dovrà essere un importante momento formativo**. innovA contenitore di innovazioni. Contenitore nuovo. Sono strumenti nuovi. Conoscerli è vitale.