



La tecnologia è “solo” un fattore abilitante

Le tecnologie digitali hanno determinato tangibili cambiamenti epocali e ora stanno abilitando un'ulteriore fase di profondo cambiamento dei nostri sistemi socio-economici che sfocerà, non tanto in un succedersi di episodici ed eclatanti fenomeni di “*disruption*”, quanto nella creazione di un vero e proprio nuovo ecosistema socio-economico, alle cui mutate caratteristiche diventerà necessario sapersi adattare.

Diverse domande accompagnano questo processo.

La prima è relativa al **ruolo** che in esso gioca la tecnologia. La tecnologia ha sempre rappresentato un fattore non eludibile del progresso. La rapida “rivoluzione digitale” non potrà che continuare a essere un fattore chiave nel processo di trasformazione in atto e la capacità di gestirla e dominarla nel contesto globalizzato sarà elemento strategico di chi riuscirà a esserne protagonista.

La seconda riguarda gli **obiettivi** perseguibili. Appare sempre più chiaro come le nuove tecnologie non si limitino solamente a rendere più efficienti i processi operativi in essere, o a rendere possibile la loro integrazione. I paradigmi del cloud e dell'edge computing, che offrono enormi potenzialità a costi molto contenuti, insieme alla disponibilità ubiqua di connessione, stanno rendendo possibili vere e proprie re-invenzioni dei modelli di business storicamente adottati. L'esempio immediatamente comprensibile è quello della *servitizzazione dei prodotti*, che viene applicata a svariati settori: dall'aeronautica, nel quale, invece di motori, vengono vendute ore di volo, all'automotive, dove non vengono vendute automobili, ma “mobilità”; altri esempi sono presenti in settori meno visibili, come quello delle stampanti 3D, delle macchine industriali o di cantiere. Questo implica una profonda conoscenza e padronanza dei propri processi distintivi quale premessa al pieno utilizzo del potere innovatore delle nuove tecnologie.

Una terza domanda emerge infine circa le modalità di **padronanza** di questo potere tecnologico. Nessuno può ragionevolmente ambire a essere autonomo in quanto a conoscenza e a controllo delle innumerevoli componenti delle tecnologie digitali. Rilevanza strategica assume la capacità di identificare e perseguire le partnership più coerenti sul piano tecnologico e di business con la propria tipologia di attività e le proprie capacità dimensionali e di globalizzazione.

Venendo alle specificità italiane, vanno sottolineati la riconosciuta qualità distintiva di prodotto (il cosiddetto “Made in Italy”) e la frammentazione delle realtà imprenditoriali che ne rappresentano l'eccellenza. Da questo punto di vista, assumono rilevanza strategica la capacità di saper governare la componente digitale di prodotto - il cosiddetto aspetto cyber che diventerà l'asse portante di qualsiasi prodotto/servizio - e il necessario e inevitabile cambiamento dei modelli di business.

In risposta all'insieme di esigenze illustrate, si sviluppa la mission di Holonix. Nasce dall'eccellenza richiesta per la partecipazione a progetti di ricerca internazionali, dove approfondire la conoscenza degli aspetti cruciali circa l'innovazione tecnologica e metodologica in partnership con prestigiosi leader di vari settori, continua con la capacità di derivarne prodotti e soluzioni IoT fruibili anche da chi non ha accesso diretto alla ricerca più avanzata, e si completa nella disponibilità a supportare, su queste basi, le aziende italiane con interventi tailor-made nelle loro iniziative concrete di innovazione.

Jacopo Cassina, CEO di Holonix