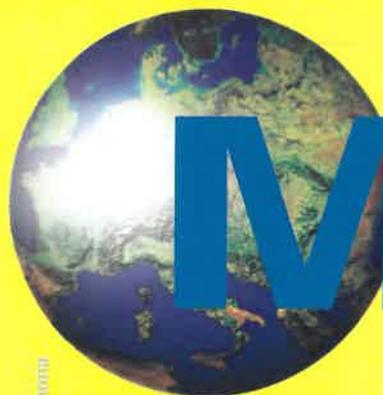


Utilities e imprese: Antonio Vivenzi (presidente Lgh) e Primo Podestà (Linea Gestioni)

MENSILE DI ECONOMIA, FINANZA, IMPRESE E PROFESSIONI



# MONDO

## *BUSINESS*

n. 92 - Gennaio 2017

# BIG DATA

## **Ecco l'algoritmo che promette l'Eldorado Aziende a caccia di analytics e scientist**

Ne abbiamo parlato con: Aldo Bonomi (già presidente di RetImpresa), Luca Tanzi (chief operating officer di Brooks Brothers, ex Luxottica), Matteo Rosso (senior manager di Ernst & Young), Fabio Zoffi (Operational Research System) Giovanni Righini (docente Università di informativa di Crema). Indagini di Adecco e Politecnico di Milano

**COSA CI RISERVA IL 2017**

**Incognite: futuro Camera di commercio e ritorno della Provincia**

CRE.LO.VE Un altro interessante convegno nella banca bresciana

# Digitale per le Pmi: l'efficienza aumenta del 15 per cento

Ne hanno parlato Aldo Bonomi (ex presidente di RetImpresa), Matteo Rosso (manager di Ernst & Young), i dirigenti di Ors e Luca Tanzi, chief operating officer di Brooks Brothers (Usa).

**S**i è svolto al Cre.Lo.Ve. (Credito Lombardo Veneto) di via Orzinuovi a Brescia un ulteriore interessante convegno che aveva come titolo: «Industria 4.0». Ha spiegato **Sergio Simonini**, direttore generale della banca bresciana. «I nostri sono incontri in cui si discute di questioni molto pratiche, e dai quali si esce con idee più chiare. "Industria 4.0" è come una chiamata alle armi per gli imprenditori. Come raggiungere il livello tecnologico 4.0 ormai acquisito, per esempio, dai tedeschi? O con un adeguato ricorso al finanziamento bancario oppure rivolgendosi all'equity. Cre.Lo.Ve. è pronto a supportare entrambe queste operazioni straordinarie».

Dopo il saluto di **Alfredo Scotti**, presidente di KT&Partners e tra i soci fondatori dell'istituto di credito, la parola è passata ad **Aldo Bonomi**, vice presidente di Cre.Lo.Ve e già presidente di RetImpresa, agenzia di Confindustria che promuove le reti



d'impresa. «Prima parlo come imprenditore e poi come banchiere» avverte. Con il suo frasario franco e schietto, Bonomi ha sottolineato, mettendosi il cappello di imprenditore, che se le aziende vogliono vincere la sfida sui mercati devono diventare più capitalizzate, più grandi, più internazionali. «Piccolo è peggio» ha puntualizzato.

Ma non solo gli imprenditori; anche il sistema Paese deve essere concorrenziale. «Per esempio, il sistema tedesco è almeno del 40% più competitivo di quello italiano». Se questo è vero, che cosa significa essere imprenditori oggi? Bonomi ha



## MANAGER & BANCHIERI

Sopra: Sergio Simonini, (direttore generale di Cre.Lo.Ve.). Qui a fianco, Aldo Bonomi (vice presidente del Credito Lombardo Veneto e già presidente di RetImpresa, agenzia di Confindustria). Sotto: Alfredo Scotti (tra i fondatori della banca e presidente di KT&Partners).



disegnato cinque traguardi: essere credibili nei confronti del mondo finanziario; costruire aziende più grandi; diventare internazionali perché il mercato domestico è troppo piccolo e troppo legato al sistema Italia; saper affrontare le nuove frontiere della digitalizzazione che aiuta a migliorare prodotti e processi produttivi («E non elimina i lavoratori, ma li cambia»).

Infine, bisogna fare rete tra imprese. Una collaborazione tra imprenditori che, permettendo a ognuno di restare padrone a casa propria, riveste numerosi vantaggi: scambio di esperienze, maggior possibilità di promuovere ricerca e sviluppo, innovazione e marketing, e internazionalizzazione. «Si può, inoltre, alzare lo standard della qualità della formazione, e si può fare una gestione più oculata delle risorse umane, nell'am-

ministrazione, negli acquisti e nelle forniture».

«Fare rete è vitale» rimarca ancora Bonomi, «perché si fa massa critica, si aiuta il sistema Italia a competere, e infine si dà concretamente la possibilità alle grandi aziende di aiutare le piccole a crescere». Gli imprenditori lo hanno capito. Infatti, i contratti di rete tra imprese in Italia sono sempre di più: oggi si contano 3.200 contratti che coinvolgono 16mila imprese, le quali, proprio grazie alla collaborazione reciproca, generano un 20% in più di fatturato annuo.

Parlando, invece, da banchiere, Bonomi ha spiegato che il Cre.Lo.Ve è nato per intercettare e soddisfare i bisogni di imprenditori che vogliono servizi finanziari costruiti sempre più a loro misura perché li aiutino a competere sui mercati. Ma questa banca è nata e cresciuta anche per favorire la formazione di reti d'impresa bresciane, grazie anche ai contributi del bando 1609, e mette a disposizione delle aziende clienti un plafond per la digitalizzazione. «E' una sfida rivoluzionaria. Una sfida nella quale non possiamo pareggiare, ma vincere».



#### ■ GIA' MANAGER DI LUXOTTICA

Luca Tanzi, chief operating officer di Brooks Brothers, azienda acquisita negli Stati Uniti da Claudio Del Vecchio, figlio di Leonardo Del Vecchio; e precedentemente era stato direttore generale di Luxottica. Ha parlato delle applicazioni dei Data analytics nel mondo dell'industria.

La parola è poi passata a **Matteo Rosso**, senior manager di Ernst & Young il quale ha precisato che «il mondo dell'economia è già cambiato se ci rendiamo conto dei successi mondiali di Google (diventata la più

importante media company), di Uber (maggior società specializzata nel trasporto passeggeri), di Amazon (il più grande retailer) e You Tube (il principale editore di video), la General Electric che si è trasformata anche in software house.

La «nuova rivoluzione è stata avviata dai Big data - cioè dalla capacità di raccogliere e decifrare i dati raccolti in ogni dove per generare nuovo valore - dai piccoli robot flessibili, dalla stampa 3D, dalla realtà aumentata. Tutte queste tecnologie stanno guidando l'innovazione, e nuovi campi d'azione: infatti saper gestire e vendere i Big data e saper trasformare un prodotto in un servizio saranno i futuri modelli di business».

Saper interpretare i Dati significa saper personalizzare meglio i prodotti; prevedere la domanda e, quindi, poter prendere decisioni immediate per soddisfare il mercato; fare prototipi virtuali e capire - sempre attraverso la riproduzione virtuale - se la riuscita o il fiasco è dietro l'angolo. «E per sapere se in questo mondo economico in continua evoluzione

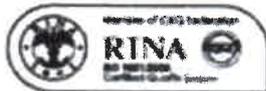


# GHIDELLI SAMUELE SRL

[www.ghidellisamuele.it](http://www.ghidellisamuele.it)

**Esercizio e Manutenzione  
di Impianti Tecnologici  
Vendita e Riparazione di Caldaie,  
Bruciatori, Condizionatori,  
Idropultrici, Pannelli Solari,  
Sistemi Trattamento Acqua**

CONCESSIONARIA  
**baltur**  
TECNOLOGIE PER CLIMA



**TISUN**

**hydrocontrol**  
WATER PASSION

**AN CAMINI**

**MAER**  
HIGH PRESSURE CLEANERS



Offanengo (CR), Via Circonvallazione Sud, 5/P - email: [info@ghidellisamuele.it](mailto:info@ghidellisamuele.it)  
Tel. 0373 780358 - Fax 0373 243014 - Cell. 348 7317554



**BOUTIQUE TECNOLOGICA**

Seduto, il presidente di Ors (Operational Research System), Fabio Zoffi, e lo chef technology officer di Ors, Pierluigi Riva. L'azienda, nella quale lavorano 60 ingegneri statistici e analisti, sviluppa software basati sui Big data. A destra, Matteo Rosso, senior manager di Ernst & Young.



sempre più aziende si rivolgono a questa società che si presenta come «una boutique sartoriale della trasformazione digitale d'impresa».

Quello che hanno sottolineato Zoffi e Riva trova un'altra applicazione pratica nel racconto di **Luca Tanzi**, chef operating officer di Brooks Brothers (Usa), lo storico brand americano di abbigliamento (l'Avvocato Agnelli indossava solo le camicie di questo marchio) acquisito da **Claudio Del Vecchio**, figlio del patron della Luxottica, azienda nella quale Tanzi era stato direttore generale, prima di essere spedito negli Stati Uniti.

Che cosa hanno di particolare queste camicie che hanno vestito 39 presidenti Usa e numerosi divi di Hollywood? «Tengono sempre la piega e hanno i colletti botton down. E sono un buon prodotto venduto a buon prezzo» spiega Tanzi. Un'azienda che è rinata grazie a Del Vecchio e che oggi «conta 650 negozi diretti, tre fabbriche di proprietà, la collezione lusso su misura venduta sul web, un abito su misura confezionato in tre settimane e una camicia in una settimana». Per fabbricare vestiti in tre stabilimenti, piazzarli sulla Rete (che è diventato il maggior canale di vendita), ma nello stesso tempo rifornire anche gli shop (che all'occorrenza possono trasformarsi in magazzini che spediscono il prodotto al cliente più vicino al negozio, quasi a chilometro zero) serve un «cervellone» elettronico che sappia gestire questo labirinto di enorme complessità.

Ecco perché la Brooks Brothers, come ha raccontato Tanzi, si è affidata a matematici e statistici capaci di analizzare i Big data, costruire un software fatto su misura, e rivoluzionare così la supply chain in ottica digitale integrando i sistemi fisici con quelli informativi in una filiera che associa previsione di domanda, pianificazione di approvvigionamento, sviluppo prodotti, produzione, magazzino e distribuzione. «Grazie alle piattaforme intelligenti, tutto diventa semplice, sicuro e veloce».

avrete successo oppure no, cominciate a chiedervi: «Fra tre anni, come sarà la mia impresa?»».

Ma arriviamo ai casi concreti. Li hanno spiegati **Fabio Zoffi**, presidente di Ors Srl (Operational Research System) e **Pierluigi Riva**, chef technology officer di Ors, un'azienda piemontese che, in una cascina tech a Roddi, nei dintorni di Alba, sviluppa software basati sui Big data, che da quasi 20 anni lavora al fianco di grandi gruppi e che ha deciso di mettere questa esperienza anche a servizio delle Pmi. «Digitalizzare subito è una questione di sopravvivenza» consiglia Zoffi. «Le nostre piattaforme raccolgono i dati delle aziende, li incrociano con informazioni esterne, e rendono più efficienti i processi di business e l'allocatione del budget».

Avverte sempre Zoffi: «L'aumento di produttività può essere anche del 15% e in genere il costo dell'investimento si recupera entro 3 mesi. La nostra mission è quella di aiutare le imprese a «estrarre cassa» dai processi produttivi: le aziende nostre clienti risparmiano 1 miliardo l'anno». Big data e robot: «Alla Bmw dicono agli operai: non abbiate paura perché sono questi sono vostri nuovi amici. E hanno ragione».

Dove si vanno a risparmiare tanti soldi? Buona parte delle chiavi della competitività si nascondono tra le pieghe della supply chain: grazie alle tecnologie di nuova generazione, non ci si limita più a registrare i flussi, ma le piattaforme intelligenti «decidono» in base all'analisi dei flussi stessi. Mandano gli ordini alle linee, anche a quelle delocalizzate, in base alla domanda. Grazie ai software di

Ors, spiega Pierluigi Riva, «le giacenze sono diminuite anche del 50%». Per il semplice fatto che si è arrivati a una perfetta sincronizzazione della logistica ai nuovi ritmi della fabbrica, in un processo che scova asset di crescita nella pianificazione dei fabbisogni e nella trasformazione dei dati grezzi in informazioni utili per prendere decisioni rapide ed efficienti.

I software di Ors possono addirittura cambiare i prezzi dei nuovi stock in uscita sui prodotti che tirano di più o di meno per ottimizzare le vendite. Infatti, per fare un esempio, quest'azienda ha sviluppato in collaborazione con Benetton un sistema robotico che associa l'analisi dei Big data non solo all'andamento delle vendite (come detto poche righe sopra), ma anche alle fasi di etichettatura dei capi di abbigliamento, apponendo dei prezzi in base alle informazioni registrate alle casse dei negozi. Per un'azienda di fashion significa poter modulare l'offerta in tempo reale in base ai meccanismi della domanda. «L'etichettatura intelligente e dinamica ha fatto incrementare del 1.800% la produttività nelle nostre aziende socie» ricorda Fabio Zoffi.

«Si sta algorimizzando tutto» avverte Riva. Infatti i 60 addetti, ingegneri statistici e analisti di Ors lavorano a 360 gradi per clienti molto diversi tra loro: dalle aziende vitivinicole del Monferrato al tempo della vendemmia che ormai si fa con i Big data ai robot utilizzati nella produzione industriale di Pirelli negli impianti di Settimo Torinese, alle imprese di giardinaggio. Ecco perché