

SIEMENS
Ingegno per la vita

Comunicazione Industriale
la base dei nuovi modelli di business digitale

Scopri di più Scarica il whitepaper



POLITICA INDUSTRIALE ▾

INDUSTRIA 4.0

FORMAZIONE E COMPETENZE ▾



TECNOLOGIE ▾

NEWSLETTER & ADVERTISING ▾

La metamorfosi del business: ecosistemi collaborativi per creare innovazione

📅 5 Giugno 2019 👤 Stefano Casini ⌚ 6 min read



Allianze e sinergie tra imprese e attività diverse, ma complementari, per unire risorse e cavalcare la **Digital economy**. Cambiando, quando serve, cioè molto spesso, anche il proprio **modello di Business**. Perché le nuove tecnologie stanno

formnext

Frankfurt, Germany
19 – 22 November 2019



The entire world of
additive manufacturing

Cerca nel sito



trasformando tutto, e se non saranno le aziende a seguire le strategie e le strade giuste, sarà il mercato a decidere per loro.

Al Sas Forum 2019, organizzato dalla filiale italiana della multinazionale hi-tech americana al centro congressi Mi.Co di Milano, tutti i riflettori sono puntati sulla “grande metamorfosi in atto, dentro e fuori le imprese, nell’economia, e nella società”, rimarca **Marco Icardi**, Regional vice president di Sas Italia.

Che sottolinea: “per capire la portata di ciò che sta avvenendo, basti pensare che le aziende un secolo fa avevano una vita media di 70 anni, oggi hanno una vita media di 15 anni. E negli Anni ‘80 le competenze di un lavoratore specializzato duravano 30 anni, oggi durano 5 anni appena. Poi diventano **obsolete, superate**. Così come chi non si trasforma e non evolve in tempo”.



Di tutta questa metamorfosi in atto, “bisogna capire i rischi, aprirsi alla scoperta, e cogliere i vantaggi”, fa notare Icardi, e inoltre “bisogna portare l’innovazione e le buone idee fino in produzione, è fondamentale passare dall’idea, dalla scoperta, alla messa in produzione. Ma nessuna azienda ce la può ormai fare da sola”.

La **Digital economy** porta e impone una commistione, un’integrazione, tra competenze verticali e tecnologiche, prodotti e servizi che cambiano, processi aziendali che si completano anche con risorse esterne. Occorre, in pratica, “creare **ecosistemi collaborativi**. Per riuscire ad arrivare, mettendo insieme le forze, là dove la singola azienda non riuscirebbe più da sola ad arrivare”, rileva Icardi.



#ABBFormulaE

Let's write the future of mobility

ABB

Attualità

Leggi tutti



Quindici anni di Fondi mpre

sa, l'appello al Governo: “Si creino le condizioni per la formazione”

📅 23 Settembre 2019 ⌚ 5 min read



Il Green New Deal s'ha

da fare (ma va fatto bene)



DIVENTA ESPERTO DI SOCIAL NETWORK CON IL MASTER IN PARTENZA

SCOPRI DI PIÙ

Allo stesso tempo va sfruttata appieno, poi, anche la forte spinta che può arrivare dallo sviluppo dei sistemi di **Intelligenza artificiale**, che già si applicano in svariati ambiti e attività, dalle tecnologie in agricoltura alla filiera alimentare, Salute, medicina e chirurgia, robotica di precisione, mecatronica, mobilità, manifattura. Non a caso, il **Gruppo Sas** sta investendo **un miliardo di dollari in 3 anni** nel campo dell'Artificial intelligence.

Innovare con nuovi ecosistemi collaborativi

Questi “**nuovi ecosistemi collaborativi** li stiamo già realizzando e portando avanti con diversi partner e in vari settori”, spiega il Regional vice president di Sas Italia: “si tratta, ad esempio, di sviluppare e adattare le tecnologie alle differenti esigenze e ai progetti delle aziende, in chiave Digital economy”.

Una di queste è la **Bancomat**, società per azioni che nel 1983 ha avviato il primo servizio in Italia di prelievo contanti allo sportello automatico, usando l'apposita Card. Servizio che ha avuto un tale successo che da allora lo sportello automatico Atm viene comunemente, ed erroneamente, chiamato “bancomat”.

A 36 anni da quell'esordio, nonostante in Italia l'85% dei pagamenti sia ancora effettuato in contanti, a fronte di una media europea del 60%, o anche meno, i sistemi di pagamento tecnologici e innovativi si stanno sviluppando anche nel Belpaese. I **New Digital Payments** ammontano a 80 miliardi di euro in un anno, con un incremento del +56%; il transato di acquisti **eCommerce da Mobile**, smartphone e tablet, arriva a 8 miliardi di euro in 12 mesi, con un altro balzo del +40%.

“Il nuovo passo verso il futuro oggi si chiama **Bancomat Pay**, l'evoluzione dei pagamenti elettronici e digitali in mobilità, per poter fare acquisti e pagamenti usando solo il cellulare”, spiega



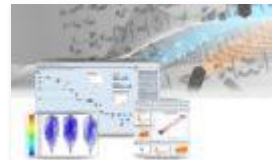
Mercati

Leggi tutti



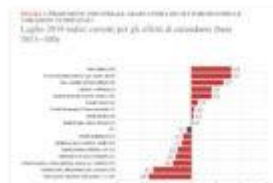
Mobilità elettrica: attaccare la spina all'eMobility è una questione di scelte politiche

19 Settembre 2019 4 min read



Siemens intende acquisire Process Systems Enterprise

16 Settembre 2019 2 min read



Produzione industriale ancora in calo a luglio

10 Settembre 2019 1 min read

Alessandro Zollo, amministratore delegato di Bancomat. Un'innovazione che richiede una solida base tecnologica, fornita da Sas, e in questo modo il sistema di pagamento Bancomat Pay, che manda in soffitta anche lo sportello bancario automatico, "rappresenta anche una **piattaforma** per sviluppare partnership tra banche, FinTech e aziende", sottolinea Zollo, "seguendo quattro direttrici essenziali, in epoca di Digital economy: concretezza, pensiero laterale, fiducia, collaborazione".

Tecnologie e A.I. per l'Automotive che cambia

Come molte aziende di ogni settore, coinvolte dalla **Digital transformation**, anche **Volkswagen Group**, in prospettiva e con lo scenario dell'auto elettrica in un orizzonte sempre più vicino, si allena a cambiare modello di Business, passando dal prodotto auto a un sistema di servizi per la mobilità. Anche attraverso una rete di fornitori in grado di offrire questi nuovi servizi. E con l'impiego sempre più significativo delle applicazioni di **Artificial intelligence** (A.I.).

"In Italia ogni mese vengono vendute circa 180mila auto. Se, con le nuove tecnologie e soluzioni di Intelligenza artificiale, riuscissimo a sapere, prima dell'acquisto, chi sono questi **180mila nuovi potenziali clienti ogni mese**, sarebbe una svolta straordinaria e che ci aprirebbe moltissime possibilità di intercettare la domanda di un'automobile prima che ne venga scelta e comprata una della concorrenza", auspica **Massimo Nordio**, amministratore delegato di **Volkswagen Group Italia**.

Il colosso automobilistico tedesco è anche un crocevia e un raccogliatore di dati sui milioni di clienti e automobilisti in tutto il mondo. Per innovare anche nell'ambito dei **Big Data** e, "abbiamo creato i Poc, acronimo di **Points of contact**, vale a dire una squadra di una cinquantina di persone, sparse nell'organizzazione Volkswagen in tutta Italia, che si occupa della gestione dei flussi di dati dei clienti e della loro Privacy", osserva Nordio.

Big Data e polizze assicurative 'Pay per use'

In un settore in buona parte collegato all'Automotive, poco più di un anno fa ha esordito sul mercato dell'assicurazione 'on demand'



Incentivi

Leggi tutti



Startup innovative, con il Fondo di Garanzia supportati finanziamenti per oltre 1 miliardo di euro

📅 9 Settembre 2019 ⌚ 3 min read



Industria, investimenti e innovazione nel programma di



Partner



Yolo Group, Startup specializzata nelle offerte **'Pay per use'** nel settore assicurativo, con l'attivazione di polizze e coperture istantanee, via computer e smartphone, "con il vantaggio di comprare e pagare coperture assicurative solo quando servono", fa notare **Gianluca De Cobelli**, co-fondatore, insieme a **Simone Ranucci**, e amministratore delegato di Yolo.

Che spiega: "siamo ancora una piccola realtà, ma in buona crescita, e stiamo sviluppando la nostra idea, nata tre anni fa, lavorando in un **ecosistema di partnership** con compagnie assicurative e banche, per creare qualcosa di nuovo. Per fare tutto ciò, abbiamo realizzato, insieme a Sas, una **piattaforma InsureTech**, con lo sviluppo di algoritmi dedicati, sistemi per Big Data e Data analytics, fondamentali per elaborare le polizze e analizzare i profili dei clienti".

In questa fase, fa notare **Angelo Tenconi**, Senior director customer advisory Emea di Sas, "ci sono due esigenze principali per governare i sistemi aziendali di **Intelligenza artificiale**: una è aumentare la flessibilità analitica dei dati e dei processi; l'altra è mettere operativamente in produzione ciò che viene pensato e innovato".

L'ultima versione della Sas Platform

"Troppe aziende approcciano l'IA come fosse un progetto scientifico, rimanendo bloccate, e non dispongono del Know-how necessario per fare il salto verso un **modello di Machine learning** capace di influenzare significativamente il Business", spiega **Oliver Schabenberger**, Executive vice president, Chief operating officer e Chief technology officer di Sas.

In questo ambito, "la **piattaforma Sas** è in grado di confrontare automaticamente migliaia di modelli analitici aiutando a scegliere la soluzione migliore per un determinato problema di Business", rileva Schabenberger, e "con l'ultima versione della piattaforma, automatizziamo tutte quelle attività complesse necessarie per costruire modelli analitici performanti. Le attività di **pulizia e trasformazione dei dati**, come la selezione delle migliori variabili, la costruzione, il confronto, l'implementazione e l'addestramento dei modelli, sono automatizzate utilizzando Best practice".



Motori elettrici



Monitorare i motori elettrici con dei sensori in grado di rilevare il valore effettivo dei principali parametri di funzionamento permette di conoscere la salute del dispositivo e intervenire prima che il motore si guasti causando costosi fermi impianto. Leggi l'articolo e guarda il video!

[Continua a leggere](#)

Innovation Manager

Arriva il decreto..



00:00

06:15

Comunicazione industriale



Il 29 ottobre a Milano una giornata organizzata da ANIPLA con il sostegno di Analog Devices, B&R