

IDEAZIONE

Tecnologia | Digitale | Strategie

L'intelligenza artificiale decolla nel Veronese dalle big alle pmi

DOMANDA IN CRESCITA Dalla Coca Cola a Number1 a Corradini e Simem, l'AI controlla i costi, predice i trend e ottimizza processi e servizi. In Confindustria una task force al servizio delle imprese.

VALERIA ZANETTI

Sulla scia dell'Industria 4.0, la manifattura è in piena fase di ammodernamento tecnologico. E l'elemento centrale che guiderà le imprese verso un futuro sempre più complesso dove, oltre ai fattori competitivi, bisogna tenere conto anche dei costi energetici, dell'efficiamento e della sostenibilità, è la trasformazione digitale, che comporta anche l'adozione di soluzioni di intelligenza artificiale. Confindustria Verona ha preso molto sul serio questa sfida: ha dato vita infatti alla Fondazione Speedhub, presieduta da Michele Bauli, e stretto collaborazioni con le università per aiutare le imprese a crescere in questa direzione.

«La richiesta di soluzioni tecnologiche di intelligenza artificiale è in crescita. I dati a livello nazionale indicano che il 24% delle grandi realtà produttive e il 5% delle Pmi stanno effettuando investimenti in questo ambito. Anche il nostro territorio rispecchia la dinamica con investimenti che si concentrano soprattutto in software per l'acquisizione e la gestione dei dati e per l'adozione di siste-

mi di rilevazione continua e analisi in tempo reale della performance», osserva. «Proprio per accompagnare le imprese con Speedhub, il nostro digital innovation hub, stiamo agendo su più fronti: informazione, formazione e affiancamento nella ricerca di partner e opportunità di finanziamento», prosegue Bauli. «Abbiamo, ad esempio, avviato numerose attività divulgative multicanale, utilizzando strumenti tradizionali come webinar, workshop e newsletter ma anche più innovativi come i podcast. I mezzi informativi sono a disposizione di tutte le imprese e di tutte le persone interessate a questi temi», spiega. Per crescere a livello digitale serve anche liquidità. «Poiché il reperimento delle risorse da destinare

agli investimenti è fondamentale, la Fondazione ha avviato anche una capillare attività di scouting di bandi e agevolazioni non solo locali e nazionali ma anche europei a disposizione», assicura il presidente. Altra leva per crescere in dimensione digitale è la formazione. «Con la nostra società Cim&Form siamo in grado di avviare percorsi formativi ad hoc

per reskilling e upskilling dei collaboratori. Infine affianchiamo le imprese in valutazioni specifiche per analizzare i processi che più possono trarre vantaggio dall'implementazione di soluzioni di intelligenza artificiale, per aiutarle ad investire in progetti che possano portare i risultati più tangibili», conclude.

Le grandi imprese del territorio si sono già cimentate nella scelta e utilizzo di tecnologie digitali. Coca-Cola Hbc Italia di Nogara ha partecipato al progetto della rete

Fondazione Speedhub, il digital innovation hub di Confindustria, agisce su più fronti

innovativa regionale Reload, insieme ad altre 15 aziende del territorio e alle università di Verona e Padova, con l'obiettivo di digitalizzare la supply chain, migliorando flessibilità e resilienza del processo logistico. «Ci siamo concentrati sulla riduzione delle emissioni di Co₂, così da contribuire all'obiettivo zero emissioni lungo tutta la filiera entro il 2040, come da impegni internazionali dell'azienda, e sul contrasto alla riduzione di capacità di trasporto, tema di grande rilievo degli ultimi mesi», evidenzia il logistico manager, Antonino Leonel-



La tecnologia incontra molti settori produttivi, migliorandone le performance, riducendo i costi, aumentando la sostenibilità



lo. «Abbiamo dunque lavorato allo sviluppo di un algoritmo "predittivo" che grazie all'intelligenza artificiale, è in grado di programmare una flotta più efficiente e la riduzione dei chilometri percorsi a vuoto, con conseguente calo delle emissioni di anidride carbonica». Simile l'impiego dell'AI in

Number1 Logistics Group, basato nel Veronese ad Isola Rizza. «L'intelligenza artificiale consente la visibilità delle informazioni raccolte attraverso processi operativi altamente digitalizzati. La gestione evoluta di queste ultime passa poi attraverso modelli ottimizzati, orientati alla minimizza-

zione del percorso delle merci, al basso impatto ambientale e a sistemi che auto apprendono», sottolinea Anna Zoni, engineering manager del Gruppo.

Industria 4.0 non è però stata solo appannaggio dei grandi gruppi. Il piano ha portato anche nelle

IL CASO NEL SETTORE MARMO

Alleanza Asmave-Maxfone sui big data: basta un bottone per ridurre i consumi

Un nuovo accordo permette alle imprese del marmo di accedere a soluzioni di raccolta e analisi dei consumi



Un accordo tra il mondo del litico scaligero e un'impresa veronese doc, leader dei big data analytics e nello sviluppo di soluzioni di intelligenza artificiale. A siglare la partnership Asmave, Consorzio marmisti veronesi e Maxfone, primo data provider europeo indipendente che si occupa di acquisire e trasportare dati, fornendo informazioni di valore e analisti in tempo reale.

Obiettivo dell'intesa, permette

agli associati Asmave di accedere in maniera agevolata a soluzioni di raccolta e analisi dei consumi, richiesti dai processi produttivi, per completare la trasformazione digitale prevista da Industria 4.0 e avere un maggior controllo dei costi delle risorse energetiche e dei materiali. In entrambi i casi molti elevati nell'ultimo periodo, in particolare per le imprese della lavorazione delle pietre e del marmo, che utilizzano energia e acqua in abbondanza sia durante il taglio che nelle fasi di lucidatura e

levigatura. «L'energia ha sempre rappresentato una delle voci di costo principali per noi marmisti, complessa però da calcolare. Oggi solo schiacciando un bottone, è possibile conoscere in tempo reale quanto si spende per linea di produzione. La tecnologia può così aiutare l'imprenditore a programmare», spiega Donato Larizza, alla guida del Consorzio.

Sul percorso che ha portato alla partnership, Paolo Errico, amministratore delegato di Maxfone, riferisce: «Abbiamo affrontato questo mercato immedesimandoci nei bisogni degli imprenditori, che si riassumono in tre obiettivi: avere sotto controllo i costi di ogni processo e commessa, grazie ai dati ricavati dai macchinari 4.0 e non solo, analizzati in tempo reale; usare l'intelligenza artificiale

per ottimizzare le routine di lavorazione in base ai consumi elettrici e idrici, in modo da accendere gli impianti nelle fasce orarie in cui l'energia costa meno o quando viene prodotta da pannelli fotovoltaici; monitorare attraverso specifici sensori IoT tutte le altre inefficienze, come ad esempio le perdite di aria compressa». La lettura e interpretazione dei dati in tempo reale ha fornito i risultati sperati e regalato alle aziende una marcia in più. «Le imprese hanno potuto gestire in tempo reale listini dinamici in relazione ai costi rilevati, efficientando i processi», assicura l'ad. Un aiuto concreto per affrontare il mercato in un periodo critico. «Essere più efficienti, infine, aiuta ad affrontare un'altra grande sfida che si profila, quella della sostenibilità», conclude Errico.

VA.ZA.