

BANCHE E INDUSTRIE**L'Italia dei big data vale 1,1 miliardi**

Quest'anno la spesa delle aziende in big data analytics, uno dei pilastri dell'industria 4.0, supererà i 1,1 miliardi con un più 20% sul 2016. In prima fila banche e i big della manifattura.

Enrico Netti > pagina 13

Innovazione. In prima linea le grandi imprese che puntano su data science e analytics

L'Italia per i big data investe oltre un miliardo

I comparti più attivi sono banche e manifatturiero

LA SECONDA ONDATA

Tra gli obiettivi la creazione di nuovi algoritmi che consentiranno di automatizzare la produzione e i servizi

Enrico Netti

■ Big data, analytics, business intelligence e data science diventano sempre più strategici per le grandi aziende italiane. Quest'anno gli investimenti dovrebbero superare gli 1,1 miliardi, con un aumento di oltre un quinto sul 2016, e l'87% della spesa fa capo alle grandi imprese che stanno accelerando nella corsa verso gli algoritmi. Complessivamente il settore con la maggiore quota di mercato è quello delle banche (28%) seguito da industria (24%), Itc e media (14%). In alcuni comparti come manifatturiero, assicurazioni e servizi il trend di crescita è superiore al 25% annuo, seguono banche e Gdo. Itc e media segnano un incremento tra il 15 e il 25%. Per utilities, Pa e sanità invece lo sviluppo è più modesto.

È quanto rivela l'Osservatorio Big data analytics & business intelligence realizzato dal Politecnico di Milano che sarà presentato mercoledì. «Il mercato è mosso dalle grandi imprese che conoscono le opportunità offerte dall'analisi descrittiva delle informazioni, studiano nuove progettualità e si orientano verso gli aspetti predittivi e di ingegnerizzazione degli algoritmi tesi ad automatizzare processi e servizi, perseguendo quella che potremmo chiamare la "seconda ondata" di una strategia gui-

data dalle informazioni» spiega Alessandro Piva, responsabile della ricerca dell'Osservatorio. Per quanto riguarda le Pmi, anche a fronte dei forti investimenti necessari, guardano con interesse all'analisi e all'uso di strumenti di analytics di base e di data visualization oltre a servizi di supporto al marketing. Per tutte le imprese un importante aiuto arriva dal piano Industria 4.0 e dagli incentivi come l'ipere il super ammortamento, che agevolano gli investimenti in innovazione e digitalizzazione come, per esempio, l'additive manufacturing, il cloud, la cybersecurity e i big data.

Le grandi imprese stanno accentuando l'impegno per estrarre valore e conoscenza dalla mole di dati che nell'arco degli ultimi lustri hanno raccolto con strumenti, sensori o registrando il comportamento dei clienti e dei consumatori. «La realtà italiana rispecchia i trend che osserviamo nei principali competitor europei e spesso gioca un ruolo innovativo - aggiunge Marco Vernocchi, Head of applied intelligence in Europa di Accenture -. Il settore manifatturiero, per esempio, sfrutta i dati raccolti dai sensori e l'internet delle cose, mentre il retail per il marketing, le telco, le utilities, le banche e le assicurazioni grazie ai big data analytics possono differenziare l'esperienza e l'offerta commerciale dei clienti».

L'Osservatorio evidenzia gli obiettivi dei progetti di analytics varati e i risultati ottenuti. Si è puntato a migliorare il rapporto

con il cliente (70%), aumentare le vendite (68%), tagliare il time to market (66%), ampliare l'offerta di nuovi prodotti e servizi e ottimizzare quella attuale per aumentare i margini (entrambi al 64%), ridurre i costi (57%) e cercare nuovi mercati (41%). Per quanto riguarda quello che le imprese hanno poi ottenuto spicca nella totalità dei casi l'engagement con il cliente. Seguono l'aumento delle vendite (91% dei casi), il calo del time to market (78%), la creazione di nuovi prodotti e servizi (67%), l'aumento dei margini raggiunto con l'ottimizzazione dell'offerta (73%) e il taglio dei costi (56%). Un quadro che i ricercatori del Politecnico considerano nel complesso positivo. «Le società si devono dotare di nuovi modelli organizzativi in grado di gestire queste opportunità di innovazione - avverte Carlo Vercellis, responsabile scientifico dell'Osservatorio -. Rispetto al passato sono stati fatti importanti progressi nel reclutamento dei data scientist, figure specializzate presenti in quasi la metà delle grandi aziende. Di queste più del 30% ha definito formalmente il ruolo e la collocazione organizzativa di questi professionisti».

enrico.netti@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il caso / 1. Piattaforme interattive in Tenaris

Così si ripensano i processi industriali

«L'obiettivo prioritario era di fornire ai decisori, specialisti e management, i migliori strumenti a supporto delle decisioni - racconta Vincenzo Manzoni, responsabile del Dipartimento di data science dell'area di ricerca e sviluppo dei processi industriali di Tenaris -. Ora hanno a disposizione delle piattaforme interattive che li aiutano a capire i processi industriali e dove e come è necessario intervenire». Il produttore

10 anni

Di informazioni

Da oltre un decennio si raccolgono i dati dei processi industriali

leader di tubi in acciaio per l'oil & gas dall'inizio del 2016 si è dotato di una struttura interna di data science che oggi conta su tre esperti di big data, e presto diventeranno quattro.

Tenaris raccoglie dati dai propri processi industriali da più di dieci anni. Dati su cui il team di Manzoni lavora per dare visibilità anche con analisi predittive. «Modelliamo parti dei processi industriali attraverso sistemi di apprendimento automatico (machine learning ndr), che poi usiamo per fare previsioni o per simulare il loro comportamento. Un esempio è il modello dei

consumi elettrici del sito di Dalmine - aggiunge Andrea Rota, data engineer di Tenaris - in questo modo si può pianificare in anticipo, in modo oggettivo e ripetibile l'acquisto di energia». Un'altra applicazione riguarda la simulazione della qualità dell'acciaio a partire dal mix di rottami ferrosi utilizzati per ottimizzare il costo e la qualità del processo. «E i risparmi fino ad oggi ottenuti hanno già ripagato gli investimenti in data science» rimarca Manzoni.

Una scelta strategica della società è stata di avvicinare il più possibile il team di data science agli esperti dei processi. Per questo il primo è stato collocato all'interno dell'area della direzione di Ricerca di sviluppo dedicata ai processi industriali. «Dal punto di vista delle tecnologie - commenta Rota - il gruppo ha costruito la propria infrastruttura tecnologica integrando diverse componenti, anziché scegliere una singola soluzione commerciale. Questo ci lascia la libertà di sostituire in futuro singoli componenti, adattandosi in modo agile ai cambiamenti tecnologici e di architettura». «Crediamo che siano le competenze dei professionisti a fare la differenza - conclude Manzoni -. Per questo, insieme al nostro dipartimento di formazione, abbiamo strutturato dei percorsi formativi basati sui corsi online delle più accreditate università internazionali».

E.N.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il caso / 2. Pirelli è tra i pionieri

Lo pneumatico ora diventa smart

Smart manufacturing e industria 4.0, catena del valore "end-to-end", sviluppo di algoritmi e di piattaforme digitali attorno allo pneumatico sensorizzato. Sono queste le tre aree in cui si concentra l'attività di Carlo Torniai, Global director of digital product development e responsabile di Data science e analytics in Pirelli.

È stato lui a creare, con l'ingresso nel giugno 2015 nella

12 esperti

Nuovi inserimenti

Nel corso del 2018 verranno assunti altri dodici data scientist

società, il primo nucleo del team data science che oggi conta 15 persone e ha allargato le competenze su tutto lo spettro di sviluppo di prodotti "digitali" e non solo sulla parte di analytics. «Certamente all'inizio non è stato facile trovare le figure professionali soprattutto se faccio il confronto con la Silicon Valley da dove provenivo - racconta Torniai -. Dopo il primo nucleo di 2-3 persone il gruppo si è affermato e ha cominciato ad attrarre talenti». Un team che è destinato a crescere ulteriormente perché, come anticipa Torniai «nel 2018

inserirò altri dodici esperti».

Con lo scorrere dei mesi l'area di competenza si è allargata e dallo smart manufacturing: all'inizio si lavorò alle descriptive analytics ora si procede «nella direzione delle predictive e prescriptive analytics». Grazie a questi strumenti evoluti sarà possibile proporre ai vertici aziendali le soluzioni operative e strategiche elaborate in funzione delle analisi svolte. «Copriamo l'intera area di sviluppo di data products anche con app per smartphone legate al mondo digital - rimarca il top manager -. Quasi tutte le nostre soluzioni sono sviluppate internamente. In qualche caso ricorriamo a professionisti esterni che lavorano integrati con il team interno e spesso sono collocati nella nostra sede». Una strategia che punta a creare una "cultura" del dato che aiuti a tutti i livelli dell'azienda a interagire con l'informazione nel modo più veloce e adeguato. «È un pilastro fondamentale della digital transformation che deve portare a un cambio di mentalità più che all'utilizzo di strumenti». Torniai, parlando delle ricadute all'interno del Gruppo Pirelli, segnala l'aumento di efficienza e qualità nella produzione, insieme alla diffusione di strumenti e di approcci decisionali guidati dai dati.

E.N.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA PAROLA CHIAVE

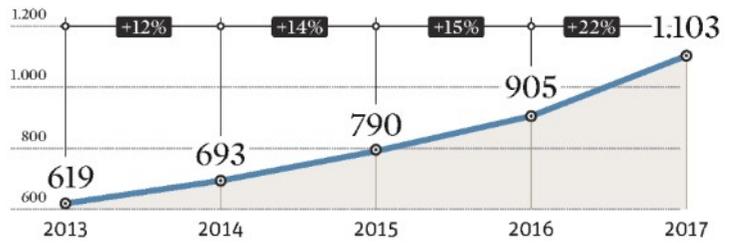
Descriptive analytics

● All'interno dei progetti di Big Data implementati dalle grandi aziende a descrivere la situazione attuale e passata dei processi aziendali e/o aree funzionali. Tali strumenti permettono di accedere ai dati secondo viste logiche flessibili e di visualizzare in modo sintetico e grafico i principali indicatori di prestazione. Questa, secondo l'Osservatorio del Politecnico di Milano, è la modalità adottata dalla totalità delle grandi organizzazioni che utilizza questa tipologia di analytics

Il futuro avanza a grandi passi

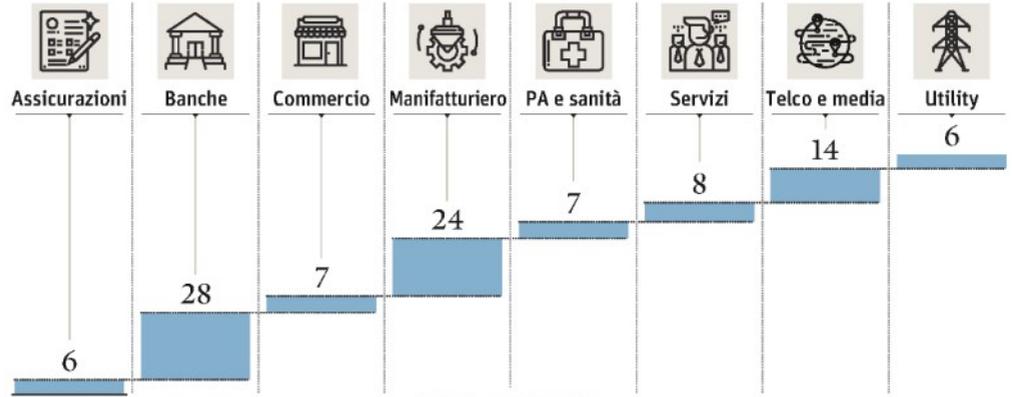
IL TREND

Valore dei big analytics in milioni di euro e var. % sull'anno precedente

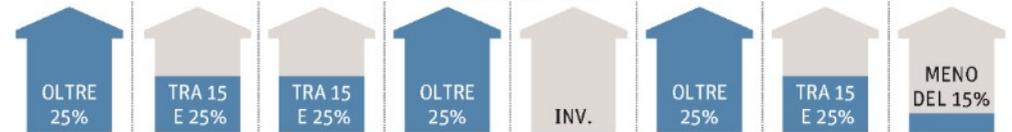


I SETTORI

Diffusione nelle grandi imprese in %



TREND DI CRESCITA



Fonte: Politecnico di Milano