

Manutenzione predittiva Costi più bassi del 30%

Un percorso con le imprese del territorio, per spiegare loro la grande opportunità dei Big data. Così **ComoNext** si prepara alla rivoluzione dei dati, puntando l'attenzione sui vantaggi forniti dai nuovi strumenti digitali e di analisi in un territorio, quello del Comasco, che come il Paese in generale si trova a fare i conti con un cambiamento che non è ancora in grado di gestire appieno.

«Siamo un po' tutti ai nastri di partenza - spiega **Stefano Soliano**, direttore generale di **ComoNext** - i Big data sono uno di quei temi che sta cominciando a prendere un po' d'abbrivio. Non sono così negativo sul fatto che ci si arrivi anche in tempi abbastanza brevi». Il principale ostacolo è culturale: «Se serve au-

mentare la capacità di una linea produttiva o ridurre i costi del personale, l'imprenditore sa perfettamente cosa serve e cosa fare. Per le nuove pratiche 4.0, invece, intuisce che potrebbero essere utili ma fa molta fatica a capire quali siano le reali implicazioni che un'analisi dei dati può portare», prosegue Soliano.

Al centro dell'attenzione di **ComoNext**, le Pmi del nostro territorio, per le quali la raccolta e l'analisi dei dati possono rivestire un ruolo di grande importanza in tema di taglio dei costi e risparmio che viene calcolato intorno al 20-30%: «Il tema della manutenzione predittiva dei macchinari, ad esempio, è legato alla raccolta e all'utilizzo dei dati che potrebbero portare alle piccole imprese manifatturiere vantaggi notevoli in termini di

costi e risparmio», precisa Soliano che identifica l'utilizzo dei Big data da parte delle aziende come «un volano che deve ancora essere messo in moto» e di cui **ComoNext** si fa carico.

Tra i progetti, il parco tecnologico sta sviluppando un piano nel settore turistico: «L'accoglienza turistica - precisa Soliano - è in grado di generare quantità importanti di dati e, ad oggi, non esiste ancora né un soggetto, né uno strumento che sia in grado di mettere a sistema tutti questi dati. Su questo tema stiamo facendo una riflessione legata alla possibilità di realizzare una piattaforma comune a tutti gli operatori dell'industria culturale e creativa del territorio per fornire set di Big data utili alle loro elaborazioni e scelte strategiche di marketing».

Una sfida, quella dei Big data, a cui le imprese, anche quelle che si muovono in settori storici come il tessile, dovranno aderire per rimanere competitive in un mercato che sta cambiando pelle.

E. Rod.

Formazione

Cambiamento radicale ma siamo ai primi passi
«Grazie ai dati, impianti più efficienti»



Stefano Soliano



Peso: 10%