

# 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 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 cul-

turale: «Se serve aumentare 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 volo 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.**



**Stefano Soliano**



Peso:19%