

NUMERO 06 / OTTOBRE 2021

UBLIQUE

MAGAZINE

INSIDE

DALLA FORZA LAVORO ALL'INTELLIGENZA A LAVORO / COME L'AI CAMBIA IL
MANUFACTURING / IOT E SMART MANUFACTURING / L'INDUSTRIA TESSILE TRA QUALITÀ E
INNOVAZIONE / SPORT E BUSINESS / HAED RESEARCH / DOGIX

05

DALLA FORZA LAVORO ALL'INTELLIGENZA A LAVORO

L'industria 4.0 tra cultura e
tecnologia

11

IOT E SMART MANUFACTURING

La produzione diventa
intelligente

19

SPORT E BUSINESS

Il business passa anche dallo
sport

31

DOGIX CASE STUDY

Governance, Business Analysis,
Compliance & Cybersecurity

08

COME L'AI CAMBIA IL MANUFACTURING

Prevenire i rischi industriali
attraverso l'artificial intelligence

15

L'INDUSTRIA TESSILE TRA QUALITÀ E INNOVAZIONE

Il made in Italy incontra
l'artificial intelligence

26

HAED RESEACH CASE STUDY

Pianificazione e allocazione
ottima della produzione



ALL YOU NEED IS UBLIQUE

FOCUS: SMART MANUFACTURING

Ublique è la tecnologia per il supporto alle decisioni di Spindox.

È una suite di strumenti e applicazioni verticali, perfezionate in **25 anni di esperienza**, concepita per essere facilmente adattabile ai processi di business del cliente e per essere integrata con qualsiasi sistema velocemente.

Ublique è progettata e implementata da un numeroso e consolidato team di ricerca operativa con alle spalle più di **200 progetti e circa 60 installazioni attive**.

La sua ampia gamma di applicazioni si adatta ad utenti di vari mercati e settori, dalla supply chain al transport planning, dal revenue management alla demand intelligence.

**Visita il sito per saperne di più: www.ublique.ai
Oppure mandaci una mail: hello@ublique.ai**

Ublique si rivolge alle organizzazioni che sono in cerca di una soluzione per rendere efficienti i processi della Fabbrica.

Ublique contiene soluzioni adatte ai **nuovi modelli dell'Industria 4.0** capaci di soddisfare le richieste di produzione eliminando i colli di bottiglia.

Ublique si caratterizza per una elevata facilità d'uso, la possibilità di effettuare diversi scenari e analisi what-if, per la modularità e l'efficienza di calcolo. Può essere utilizzato affiancato al ERP aziendale e/o a sistemi MES o con essi completamente integrato.

Ublique pone l'attenzione sull'efficienza dei processi di fabbrica attraverso la simulazione, il controllo di tutti i KPI di interesse su Dashboard dedicate e la diffusione in azienda di una cultura di management scientifico con l'obiettivo di ridurre gli straordinari, i tempi di set-up e il work-in-process e aumentare la produzione e la capacità di rispettare le date di consegna.



“

**La nostra
conoscenza
del tuo
problema
è il nostro valore
per te**

 **ublique**[©]
DECISION SCIENCE TECHNOLOGY

DALLA FORZA LAVORO ALL'INTELLIGENZA A LAVORO

L'INDUSTRIA 4.0 TRA CULTURA E TECNOLOGIA

Non è stata di certo l'emergenza Covid-19 a puntare l'attenzione sui concetti di smart manufacturing e industria 4.0, ma di certo le conseguenze dell'emergenza sanitaria hanno rappresentato un acceleratore di istanze di cambiamento e innovazione già insite nel mondo imprenditoriale e del lavoro.

Quello che in un primo momento era stato definito Piano Industria 4.0, poi Piano Impresa 4.0 fino a diventare nella formulazione attuale Piano Nazionale della Transizione 4.0, altro non è che un processo di profonda innovazione tecnologica e di sostenibilità ambientale da far attuale negli impianti produttivi del nostro paese per renderli adeguato alle richieste che arrivano tanto dalla comunità internazionale quanto dalle esigenze del business.

La pandemia ha posto l'attenzione sui questi temi simultaneamente a livello globale, costringendo stakeholder di ambiti diversi a ripensare le logiche industriali del modello capitalista e stanziare fondi adeguati per accompagnare le imprese in questo processo di cambiamento.

In questo scenario un posto rilevante occupa la Fabbrica 4.0, erede e superamento dei grandi stabilimenti industriali del Novecento, in cui le macchine non sono più al servizio dell'uomo ma collaborano con esso, apprendendo dagli operatori umani in modo naturale e dialogando le une con le altre per effettuare autodiagnostica e manutenzione preventiva al fine di raggiungere i risultati attesi. In questa nuova modalità di lavoro gli impianti sono flessibili e adattabili, consentendo di personalizzare la merce andando incontro a cluster di consumatori sempre più parcellizzati ed esigenti. Grazie a tecniche di simulazione avanzate sarà possibile effettuare un gemello digitale che mostrerà in anteprima e in tempo reale un intero processo produttivo, prima di metterlo fisicamente in produzione, per testarne la funzionalità ed eventualmente migliorarne le performance. In altre parole, la fabbrica 4.0 sarà una fabbrica smart, in grado di auto regolarsi per ridurre gli sprechi, aumentare i benefici e soddisfare esigenze diverse in poco tempo.



Il lavoro nella Fabbrica Smart

È evidente che in uno scenario simile, anche l'idea del lavoro in fabbrica è destinato a cambiare per far fronte a nuove necessità e trovare una collocazione in uno spazio produttivo meno meccanico nelle azioni, ma più automatizzato nei processi.

Nasceranno nuove professionalità, saranno necessari nuovi livelli di specializzazione e soprattutto ci sarà bisogno di una nuova consapevolezza nell'uso della tecnologia e dei sistemi informatici. Sul mercato del lavoro spariranno alcune figure professionali per lasciare spazio ad altre, anche sulla spinta di una rinnovata cultura del lavoro e del lavoratore che si basa sulla flessibilità, sul lavoro smart e sulla tecnologia del cloud.

In questo contesto saranno importanti le soft skill (il problem solving, il pensiero critico, la creatività) tanto quanto la formazione e l'esperienza. Con il consolidarsi dei processi di innovazione digitale dentro e fuori l'industria il lavoratore non viene depotenziato nella sua centralità, ma anzi, viene incentivato ad avere un ruolo cardine di guida e decisore in vari punti e a vario titolo nella catena del valore. Nella fabbrica 4.0 il lavoratore non è più solo forza lavoro, pura manualità al servizio del processo, ma il suo acquista la dimensione di lavoro intelligente, cioè di lavoro che mescola interventi manuali con forti capacità tecniche di analisi e diagnosi e in certi casi anche di ragionamento scientifico, con applicazione di conoscenze complesse.

**Nella fabbrica
4.0 il
lavoratore
non è più solo
forza lavoro,
ma il suo
acquista la
dimensione di
lavoro
intelligente.**

La formazione, a partire dalle scuole superiori e dagli istituti tecnico-scientifici, dovrà subire un processo di cambiamento radicale per offrire gli strumenti necessari a una nuova generazione di lavoratori non più chiamati ad essere “uomini-bue” nella concezione taylorista della fabbrica, ma a cui serviranno competenze digitali, abilità tecnologiche, doti analitiche e una predisposizione al ragionamento. Accompagnare le imprese verso l’Industria 4.0 non vuol dire solo dotare le fabbriche di macchinari interconnessi dotati di intelligenza artificiale e moduli di ottimizzazione matematica, ma anche e soprattutto cambiare modello di organizzazione, investire in un cambiamento culturale profondo che parta dalla scuola e arrivi a veicolare un modello di economia globalizzata basata sui concetti di sostenibilità sociale e ambientale così come di valorizzazione e rispetto delle risorse umane quanto economiche. È necessario scardinare determinati stereotipi insiti nella società così come anche nel mondo del lavoro basati ancora su contrapposizioni nette come quella tra uomo e donna, cultura umanistica e sapere tecnologico, lavoro manuale e lavoro intellettuale, paesi del nord e paesi del sud. A livello di organizzazione aziendale, invece, va sdoganato il preconconcetto che alle Fabbriche 4.0 corrisponda un rigido sistema gerarchico che schiaccia le singole individualità a favore del contenimento dei costi e dell’automazione spinta. Quella che invece va comunicata e promossa è la cosiddetta via alta dell’innovazione, che coinvolge i processi manageriali e il ricorso a strumenti di supporto alle decisioni sofisticati in grado di offrire risultati tangibili e misurabili. In questo processo si inserisce Ublique, la piattaforma di decision intelligence di Spindex.

Ublique per una manifattura intelligente

L’evoluzione dell’Industria 4.0 sta portando alla produzione del tutto automatizzata e interconnessa e la tecnologia di Ublique è in grado di dare il proprio contributo nel trasformare i dati che questi processi riescono a generare in un reale vantaggio per il business.

Infatti, ancora oggi, solo l’1% dei dati raccolti viene utilizzato dalle imprese, che potrebbero migliorare le proprie performance avvantaggiandosi di tecniche di simulazione, previsione e ottimizzazione matematica. Il Covid-19 ha mostrato che non è più possibile basarsi solo sull’esperienza individuale e sulla storicità per prendere decisioni efficaci, ma è necessario dotarsi di strumenti in grado di comprendere e adattarsi anche a cambiamenti improvvisi e repentini.

Ublique mette a disposizione dello smart manufacturing competenze relative sia al dominio dell’Artificial Intelligence che dell’Internet of things. Ublique permette la migliore collaborazione fra macchina e agente umano nel processo manifatturiero, migliorando il comfort e il benessere degli operatori oltre che la produttività, e aggiunge ai robot una capacità di pianificazione predittiva con l’obiettivo di rendere il loro funzionamento sicuro ed efficiente. Ublique sta sviluppando nuovi modelli a supporto dello smart manufacturing per importanti player del mercato del settore energy, del fashion e della GDO.

COME L'AI CAMBIA IL MANUFACTURING

PREVENIRE I RISCHI INDUSTRIALI ATTRAVERSO L'ARTIFICIAL INTELLIGENCE

L'intelligenza Artificiale accelera la trasformazione industriale migliorando l'efficienza produttiva nel manufacturing.

Il concetto di Industria 4.0 è entrato a far parte del nostro vivere comune. Rappresenta tutto l'insieme delle azioni utili al miglioramento delle condizioni lavorative, all'aumento delle capacità produttive e all'apertura a nuovi modelli di business, il tutto reso possibile dall'utilizzo di tecnologie di automazione, informazione, connessione e programmazione.

In questo scenario l'Intelligenza Artificiale si pone come driver per trasformare completamente i processi industriali anche del settore manifatturiero, offrendo una serie di vantaggi che creano nuove opportunità attraverso il miglioramento dell'efficienza della produzione.

Nell'ultimo decennio si è assistito a un crescente sviluppo dell'intelligenza artificiale applicata al settore manifatturiero. Secondo un rapporto del [World Economic Forum](#) ad oggi circa il 30% delle macchine industriali è in grado di completare le proprie attività grazie al ricorso all'artificial

intelligence e si stima che entro il 2025 la percentuale potrebbe salire fino al 71%. Secondo lo stesso studio, i produttori che sono stati i primi ad adottare l'intelligenza artificiale nei processi industriali stanno rilevando una media di guadagni di produttività del 17-20% dalle cosiddette "fabbriche smart". Non solo vantaggi economici, ma anche efficientamento di tutto il processo produttivo: gli ambiti di applicazione dell'AI nel manufacturing sono molteplici, con numerosi benefici che interessano diversi aspetti.

Prevenire i rischi industriali attraverso l'AI

Attraverso l'apprendimento predittivo, l'Artificial Intelligence permette di prevedere in anticipo possibili guasti di prodotti o apparecchiature industriali, evitando situazioni di rischio come l'aumento dei tempi di fermo con conseguente aumento dei costi e dei tempi di commercializzazione dei prodotti. Riuscire a ridurre i tempi di fermo e i costi nei tempi di inattività permette di garantire una maggiore produttività.



Una migliore valutazione della qualità nella produzione

La valutazione della qualità è il processo di raccolta e analisi dei dati attraverso cui viene esemplificato il grado di conformità a standard e criteri predefiniti.

Il machine learning combina l'intelligenza umana con tecnologie robuste per apportare cambiamenti rivoluzionari nel modo in cui vengono condotte le operazioni di produzione. È possibile, ad esempio, identificare piccoli difetti nei macchinari o nei prodotti, dando la possibilità ai progettisti di risolverli prima che diventino un grave difetto.

Attraverso test di qualità approfonditi che utilizzano l'intelligenza artificiale, i produttori garantiscono prodotti di alta qualità con un time-to-market più rapido.

La manutenzione predittiva

Una corretta manutenzione dei macchinari è determinante per evitare guasti che interrompono l'intera linea di produzione, incidendo in maniera negativa sui tempi di fermo e sui costi complessivi.

Il ricorso a strumenti predittivi basati su machine learning e soluzioni di intelligenza artificiale permette di prevedere quando le apparecchiature necessitano di manutenzione periodica, evitando i principali problemi relativi alle apparecchiature che potrebbero sorgere in futuro.

L'AI e il machine learning combinano l'intelligenza umana con tecnologie robuste per apportare cambiamenti rivoluzionari.

Il ricorso a soluzioni basate sull'intelligenza artificiale contribuisce ad automatizzare i processi attraverso operazioni che permettono di ridurre i costi generali e di evitare i tempi di fermo.

Ottimizzare la gestione dell'inventario

L'inefficienza nella gestione dell'inventario può comportare notevoli costi per le aziende produttrici. L'utilizzo di strumenti di intelligenza artificiale permette di gestire i record degli ordini e aggiungere/eliminare nuovi inventari. Il machine learning svolge un ruolo fondamentale per gestire gli inventari in base alla domanda e all'offerta, garantendo una produzione ottimizzata.

Ublique, la piattaforma di Decision Intelligence per il manufacturing

Ottimizzazione delle operazioni in tempo reale, perfezionamento del time to market, riduzione delle giacenze di magazzino: come abbiamo visto le applicazioni dell'intelligenza artificiale nel manufacturing sono numerose. Ublique è la piattaforma di Decision Intelligence pensata anche per il manufacturing.

Grazie all'utilizzo di algoritmi matematici a supporto delle decisioni, Ublique è in grado di offrire una collaborazione ottimizzata tra la componente lavorativa umana e le macchine industriali funzionale al raggiungimento di nuovi obiettivi di business.

IOT E SMART MANUFACTURING

LA PRODUZIONE DIVENTA INTELLIGENTE

Nell'era del digitale anche le fabbriche sono più che mai connesse e intelligenti, configurando la nuova industria 4.0 e il futuro del lavoro. Si assiste a grandi trasformazioni e innovazioni sia nei processi di produzione sia nell'organizzazione delle strutture.

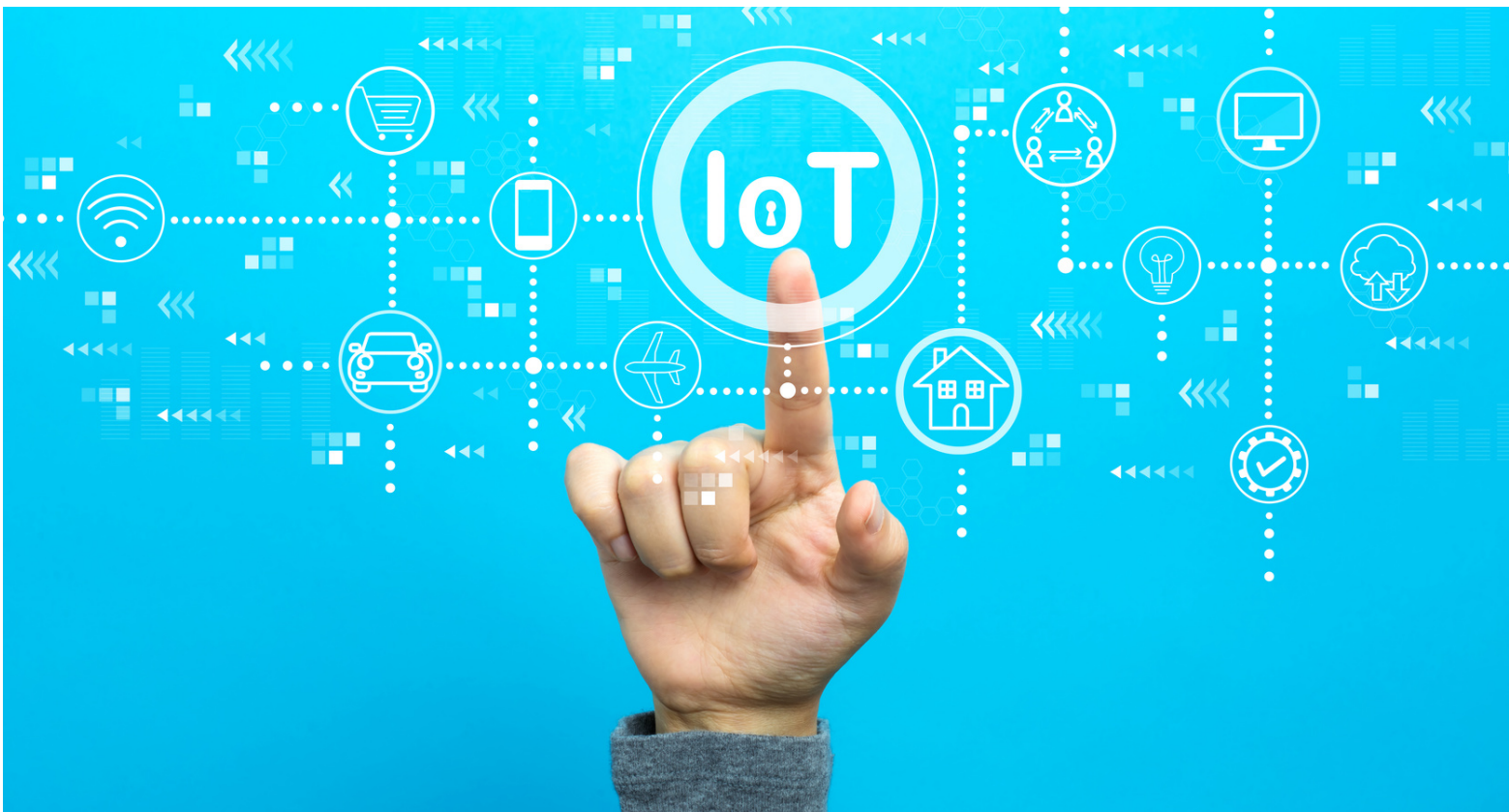
Si parla di Smart Manufacturing o "produzione intelligente" per riferirsi a queste nuove tecniche e processi innovativi, che integrano strumenti offerti dall'IoT (Internet of Things), della robotica e dell'Intelligenza Artificiale, contribuendo a migliorare le performance industriali.

L'espressione Smart Manufacturing si riferisce quindi a nuove dinamiche industriali globali basate sull'evoluzione della tecnologia riferita non solo ai mezzi di produzione in sé, ma a tutte le attività della filiera produttiva. Si tratta, in altre parole, di creare una vera e propria "fabbrica connessa", in cui tutti gli asset sono in costante dialogo.

Grazie alla tecnologia, infatti, è possibile introdurre nelle fabbriche impianti e macchine collegate tra loro, che condividono informazioni e abilitano processi data-driven, in grado di garantire un controllo ottimale e scalabile dei processi produttivi.

Sensori, tracking del prodotto dalla produzione alla distribuzione, controllo qualità, gestione dei magazzini e ottimizzazione dei trasporti, sono solo alcune delle applicazioni pratiche dello Smart Manufacturing. Dalla ricerca IDC intitolata "The Future of Manufacturing - Le prospettive di innovazione digitale nelle aziende italiane" emerge che già il 31% delle aziende italiane sta lavorando a progetti IoT per ottimizzare i propri processi produttivi. La previsione di scenari produttivi grazie all'uso di digital twin e decision system rende le aziende più veloci ed efficienti, aiutando a ridurre gli sprechi e il margine di errore umano.

I vantaggi sono innumerevoli. Digitalizzazione e innovazione, d'altronde, non solo hanno le applicazioni più disparate, ma permettono svariati effetti.



Si pensi alle operazioni abilitate dall'IoT, dalla stampa 3D, dalla robotica o alle applicazioni dei big data e degli analytics, del cloud o dell'Intelligenza Artificiale. Tutti queste tecnologie interconnesse tra loro favoriscono processi modulari che potenziano le attività dell'industria manifatturiera e non solo.

Lo Smart Manufacturing parte da una concezione molto ampia, che mette in correlazione l'impiego di tecnologie innovative con tutti i processi della filiera dalla produzione al customer care. La parola chiave è condividere: informazioni, scopi, obiettivi.

Anche nel valutare i benefici è necessario avere una visione ampia: dalla prevendita al customer care, tutto fa parte della produzione intelligente.

L'interazione e la personalizzazione, ad esempio, sono elementi strategici ormai consolidati nei trend degli ultimi anni e l'utilizzo intelligente di nuove tecnologie permette di lavorare non solo sull'efficienza della produzione in senso stretto, ma anche di migliorare l'esperienza e la soddisfazione del cliente rispetto all'offerta e alla capacità di risolvere i possibili problemi. Dallo studio di fattibilità, alla consegna personalizzata al cliente, passando dal calcolo della marginalità e dalla gestione della domanda, le nuove tecnologie permettono un netto miglioramento dell'esperienza cliente. Da non sottovalutare, poi, l'opportunità di condividere e far fluire le informazioni tra tutti gli stakeholder, rendendo le modalità di lavoro estremamente agili, collaborative e trasparenti.

L'uso di digital twin e sistemi decisionali rende le aziende più veloci ed efficienti, aiutando a ridurre gli sprechi e il margine di errore umano.

Infine, mettendo in condivisione in tempo reale tutti i dati del processo produttivo, i decision maker avranno l'opportunità di direzionare le proprie strategie nella maniera più efficiente e remunerativa, vero cuore e big why dello Smart Manufacturing.

Incrociando dati su domanda e offerta, la produzione è analizzabile in pochi clic, ottimizzandone i margini. Oggi sono sempre di più le aziende italiane che stanno ridisegnando i propri processi produttivi in chiave smart, grazie al supporto di tecnologie capaci da una parte di abilitare il dialogo tra macchinari e sistemi informatici e, dall'altra, grazie a sistemi che supportino il processo decisionale.

Alcune hanno già saggiato i risultati che si possono ottenere: maggiore produttività, maggiore efficienza, miglior posizionamento sul mercato. Se il processo produttivo diventa più veloce ed efficiente, le aziende hanno l'opportunità di abbassare il prezzo dei propri prodotti rispetto alla concorrenza, migliorandone la qualità.

Inoltre, l'esperienza pandemica ha dimostrato quanto sia necessario affrontare previsioni e pianificazione a lungo termine, ma in grado di variare in maniera flessibile e rapida.

Naturalmente, nessuno può prevedere il futuro in maniera del tutto certa, come il 2020 ha ampiamente chiarito. Tuttavia, grazie all'analisi dei dati e osservando le tendenze a breve e a lungo termine, le aziende manifatturiere possono affidarsi a strumenti affidabili che permettano loro di risparmiare sui costi, aumentare i margini e rimanere ben posizionate nel panorama competitivo.

Ublique aiuta a fare proprio questo

Basandosi sull'analisi quantitativa della domanda storica, dei vincoli della catena di approvvigionamento e di altre variabili che potenzialmente influenzano le vendite ai consumatori, Ublique consente di valutare la validità delle azioni future. Infatti, prevedendo la domanda dei consumatori, sia in periodi regolari che promozionali, permette di effettuare ordini ai fornitori e pianificare gli acquisti, con l'obiettivo di minimizzare il rischio di stoccaggio, riducendo al minimo il livello medio delle scorte e, pertanto, i costi di inventario.

INTO THE GROOVE



 ublique®



INTO THE GROOVE

Suonala ancora, Spindox

Into the Groove è il format di Spindox Radio che ti porta non solo dentro la musica ma anche alla scoperta dell'universo transmediale di Ublique.

Into the Groove ti invita ad un ascolto consapevole.

Segui le tracce di Ublique tra i versi di una canzone, la didascalia di un post, le opinioni di un podcast e le pagine del magazine.

Tre ore di musica intervallate da sette minipodcast in cui, tra il serio e il faceto, viene illustrato il legame tra le canzoni della playlist di Spotify e la strategia comunicativa di Ublique, con citazioni pop, curiosità musicali e ironia.

**ASCOLTA LA PLAYLIST
DI UBLIQUE SU SPOTIFY!**



L'INDUSTRIA TESSILE TRA QUALITÀ E INNOVAZIONE

IL MADE IN ITALY INCONTRA L'ARTIFICIAL
INTELLIGENCE

Il mondo della moda è di solito associato a nomi di grandi brand. Ma questi grandi marchi sono il risultato di un sistema complicato, molto spesso sconosciuto al consumatore finale, che permette la realizzazione dei prodotti finiti.

La filiera della moda è un sistema verticale che comincia dalla produzione di materia prime - le fibre - fino alla produzione e alla distribuzione a valle. Le aziende che non sono coinvolte direttamente nel ciclo di produzione ma che supportano il sistema, sono considerate parte integrante della filiera della moda. In questa categoria vengono incluse aziende che producono macchinari ma anche aziende che offrono servizi editoriali, fiere, pubblicità e agenzie.

L'industria tessile rappresenta la parte a monte della filiera della moda e include diverse aziende che sono coinvolte direttamente nella produzione del tessuto - dalla creazione di fibre allo spinning, alla filatura, alla tintura, al finissaggio e alla stampa - indipendentemente dal tipo di fibra che viene prodotta - naturale o artificiale.

Le fibre naturali possono essere ulteriormente divise in due sottogruppi: fibre animali - lana, mohair, alpaca, cashmere e seta - e fibre realizzate dall'uomo - artificiali e sintetiche. Mentre le fibre artificiali sono fibre naturali trattate chimicamente ma con proprietà simili a quelle naturali, le fibre sintetiche sono il risultato di polimeri ottenuti con trattamenti chimici. Negli ultimi 20 anni l'utilizzo di fibre sintetiche è aumentato molto, rappresentando il 90% della produzione di fibre realizzate dall'uomo. Ciò è dovuto al fatto che con questo tipo di fibre si possono realizzare tessuti in base al proprio desiderio - lucidi, opachi, con una mano dura o più delicata - con un costo inferiore a quello necessario per le fibre naturali.

Il distretto di Como

In Italia ci sono tre distretti in cui vengono i tessuti vengono realizzati: Biella, Prato e Como.

Il distretto di Como, prima dello scoppio della pandemia, era composto da 1200 aziende, principalmente specializzate nella tessitura e nel finissaggio.



L'industria tessile nella provincia di Como rappresenta il 20% del settore manifatturiero della provincia. Questa percentuale risulta essere molto più importate nei distretti di Prato e Biella, rispettivamente il 70% e il 66%. Il grande numero di aziende nel distretto dimostra come esso sia frammentato. È composto da PMI: questo è dimostrato dal fatto che ci sono solo 7 imprese con più 200 dipendenti e 20 con più di 100, una percentuale molto bassa rispetto al totale delle aziende.

Nei primi 10 anni del 2000 il distretto di Como ha attraversato grandi cambiamenti.

All'inizio del XXI secolo, infatti, l'importanza dei trend e della moda prende il sopravvento, mettendo in secondo piano la qualità, elemento distintivo del distretto comasco. La tecnologia è stato sicuramente un altro elemento di cambiamento, in particolare la tecnologia legata alla stampa inkjet. Questo tipo di stampa permette di essere molto più flessibili e ridurre i costi riducendo però la qualità.

Tra il 2007 ed il 2009, a causa della crisi, molte PMI sono state costrette a cessare la loro attività o a fondersi con altre aziende a causa di difficoltà economiche, mentre quelle che sono state in grado di sopravvivere e superare questo momento hanno dovuto ristrutturarsi e riorganizzarsi.

Questa crisi ha quindi portato alla riduzione delle imprese con meno di 100 dipendenti. Al contrario le medie imprese sono riuscite ad ottenere una certa stabilità. Allo stesso tempo le esportazioni hanno assunto un ruolo sempre più importante ma anche le certificazioni e la tracciabilità dei prodotti.

I business model del distretto di Como

Questo distretto è conosciuto a livello mondiale per la produzione seta, la cui produzione è cominciata nel territorio italiano nel XV secolo.

La materia prima della seta viene totalmente importata dalla Cina che ne produce l'80% a livello mondiale e che fornisce il 90% della produzione italiana.

La filiera della moda è un sistema verticale che comincia dalle materie prime fino alla produzione e alla distribuzione.

Le aziende presenti all'interno del distretto sono divise in tre tipologie di business model: aziende verticalmente integrate, tessiture e converter. Le prime hanno internalizzato quasi tutti i processi della filiera. Sono aziende con grandi archivi. Questi sono da un lato il risultato di una lunga tradizione e dall'altro il risultato di archivi comprati nel tempo. La creatività è la loro forza: queste aziende, infatti, alla stampa tradizionale affiancano la stampa realizzata a mano sul tessuto dai disegnatori, dando così la possibilità di personalizzare il prodotto richiesto.

I converter, al contrario, tendono ad esternalizzare tutti i processi ad eccezione dello sviluppo prodotto. Questo permette loro di avere una struttura flessibile ed essere sempre al passo con i trend. La fase creativa è infatti il core business di questo tipo di aziende. Le tessiture sono una via di mezzo tra i due business model citati in precedenza, quindi meno integrati delle prime aziende, ma, a differenza dei converter tessono la materia prima direttamente loro in quanto posseggono telai. E questo è l'elemento di forza di questo tipo di aziende. L'offerta, meno ampia rispetto agli altri due tipi di aziende, è focalizzata maggiormente su tessuti a tinta unita.

Tracciabilità e certificazioni

Nell'industria della seta per proteggere il Made in Italy, la qualità e giustificare il prezzo più elevato a confronto con i prezzi dei tessuti "Made in Asia", sono state create diverse certificazioni e sistemi di controllo di origine del prodotto. Infatti, con la crescita della competizione e l'aumento della produzione e diffusione di tessuti di bassa qualità, questa strategia ha permesso di differenziare i propri prodotti, fornendo un motivo al cliente per comprare tessuti più cari.

All'interno del distretto le aziende hanno quindi adottato diversi tipi di brevetti. Quelli che caratterizzano il distretto principalmente sono il marchio Seri.co e GOTS (Global Organic Textile Standard). Il primo è stato creato da un gruppo di aziende italiane produttrici di seta del distretto. Può essere ottenuto solo se l'azienda ha gli uffici e la produzione in Italia e almeno due processi rilevanti della nobilitazione del tessuto vengono effettuati nel nostro paese. Il secondo invece garantisce ai tessuti con questo certificato l'utilizzo, per almeno il 70%, di fibre organiche. La sostenibilità e la tracciabilità sono diventate sempre più importanti, in particolar modo all'interno di una filiera in cui i clienti sono sempre più esigenti e più informati. Proprio per seguire il trend del verde e della sostenibilità, negli ultimi anni il distretto si è attivato per l'eliminazione di sostanze dannose nel processo di produzione e la creazione di sistemi che riducono l'impatto ambientale e lo spreco di materie prime. Per rendere tutti questi miglioramenti misurabili, il Centro Tessile Serico ha realizzato due schede tecniche, una sulla sostenibilità ambientale e una sulla responsabilità sociale. In questo modo sarà possibile misurare il consumo, lo spreco di emissione, definendo così la situazione della filiera.

La concorrenza nel distretto

Il distretto di Como presenta alte barriere d'ingresso. Questo è dovuto ai grandi investimenti che sono necessari per iniziare un nuovo business e comprare i macchinari per la produzione. Per questo motivo il modo più facile per entrare nel mercato è acquisendo tessiture in fallimento o business di famiglia in cui non avviene il cambio generazionale.



Un'altra soluzione è quella di entrare nel mercato come converter grazie alle ridotte spese iniziali.

Il livello di competizione varia a seconda della fase della filiera considerata. Infatti, aziende coinvolte in differenti fasi della realizzazione del prodotto tendono a cooperare, creando così un microsistema all'interno della filiera. Un esempio è "Il filo d'oro". La situazione è diversa se vengono prese in considerazione aziende il cui core business è la realizzazione del tessuto. La competizione è forte sia tra le sette grandi aziende del settore che tra grandi e piccole imprese. Queste ultime, avendo meno costi strutturali, potranno offrire un prodotto ad un prezzo inferiore. A differenza delle grandi aziende, le imprese di dimensione hanno un'offerta basata principalmente su tessuti a tinta unita, sentendo maggiormente la competizione da parte della Cina, abile nella produzione di grandi quantità di prodotto ad un prezzo limitato.

Ublique e il controllo qualità

Per aumentare la competitività, soprattutto in un periodo come quello in cui stiamo vivendo, è bene puntare sulla qualità di un prodotto. Con Ublique questo è possibile, attraverso un processo per il controllo della qualità che permette di identificare i difetti dei capi di abbigliamento. Questa tecnologia fa ricorso a macchine a raggi X che, scansionando gli indumenti, ne riproducono l'immagine. Quest'ultima, che di solito è accompagnata da informazioni base inerenti al contenuto, è successivamente archiviata in un server speciale. L'algoritmo elabora le immagini e mette in evidenza ogni difetto riscontrato. Alla fine le immagini vengono inviate ad un operatore tramite app che attiva automaticamente il pre-processing e stila la valutazione finale relativa alla qualità dell'indumento.



IL BUSINESS PASSA ANCHE DALLO SPORT

Lo sport, per i suoi benefici anti-stress, aiuta a liberare la mente e ad allentare le tensioni muscolari e non solo.

Lo sport e il business hanno molto in comune, entrambi si basano sul sacrificio, sul miglioramento di prestazioni, ma anche sulla passione e sulla voglia di mettersi in gioco per stare bene e raggiungere risultati importanti attraverso la determinazione e la giusta preparazione.

Non tutti gli sport, però, nel corso del tempo sono stati associati all'immaginario del business e degli uomini d'affari. Alcune discipline, meglio di altre, sono riuscite a entrare nelle grazie dei manager, diventando nel tempo dei veri e propri status symbol.

Forse per la loro complessità, oppure per il numero di partecipanti o anche per l'assenza di pause e tempi morti che permettono di socializzare e stringere rapporti, alcuni sport si sono dimostrati meno adatti al mondo del business.

SPORT E BUSINESS



Talvolta è importante anche che lo sport sia semplice, che non richieda particolari doti atletiche, perché deve svolgere la funzione di antistress dopo una giornata di lavoro e non come un impegno agonistico a tutti gli effetti. In giochi come il calcio, il basket o il baseball è più complicato socializzare, eventualmente parlare di sé o del proprio lavoro. Per questo gli sport di squadra difficilmente vengono associati al mondo del business. Ovviamente qui parliamo di sport praticati in prima persona e non di quelli fruiti da spettatori, perché in quel caso il discorso cambia e sport come il calcio, soprattutto in Italia, possono diventare importanti veicoli di socializzazione soprattutto in occasione di partite importanti. Non è un caso che i moderni stadi di calcio vengano considerate anche location esclusive per meeting aziendali.

Il golf: uno sport per pochi

Il golf è considerato lo sport per eccellenza del business. Gli incontri durano più di quattro ore, gli spostamenti lungo i meravigliosi paesaggi offrono la possibilità di interagire, parlare di sé e del proprio lavoro e magari costruire le basi per un progetto lavorativo. Il golf non è uno sport accessibile a tutti: per far parte dei club, anche quelli meno esclusivi, è necessario pagare quote d'iscrizione piuttosto alte. Molte sono le importanti case di moda ad aver creato collezioni di abbigliamento per il golf. Chi lo pratica lo adora. Roberto Di Vincenzo, campione argentino, sosteneva che "il golf è come l'amore. Un giorno pensi di essere troppo vecchio, il giorno dopo vuoi farlo ancora".

Molti pensano che sia uno sport sedentario, ma non è così. Dietro c'è una rigida preparazione atletica. Le mosse del golf vengono usate anche come esercizi propedeutici in altri sport (ad esempio per i lanci) per familiarizzare col concetto di entrata d'anca. Si traggono benefici fisici spesso sottovalutati: per l'apparato cardiovascolare, per le articolazioni e le ossa, per il benessere mentale e per la forma fisica.

Il tennis: un allenamento anche per la mente

Conoscere persone e allargare il proprio network aiuta ad aumentare le opportunità di business. Il tennis in questo senso è un grande agevolatore di relazioni. Uno sport di classe, uno scontro one to one oppure in coppia, nel quale poter fare sfoggio della propria grinta e concentrazione. Elementi chiave anche nel business. È un modo per farsi apprezzare dal proprio partner, sia sportivo che in affari. Il tennis è uno sport che richiede tante abilità: la quantità di micro e macro-movimenti per arrivare ad eseguire il colpo, unita alla finezza di ragionamento e alla capacità di elaborazione di dati in partita, lo rendono uno sport la cui complessità aiuta anche nella gestione dei problemi nella vita quotidiana. I costi per giocare a tennis sono da sempre tra i più alti, si tratta di un gioco complesso, quindi è indispensabile pagare un istruttore. L'abbigliamento, le scarpe ma soprattutto la racchetta non sono costi indifferenti. Mentre nel golf c'è una continua possibilità di interagire durante l'incontro, nel tennis ciò accade solo prima o dopo, nello spogliatoio o al ristorante.





Lo squash: lo sport degli yuppies

Particolare invece è la nascita dello squash: da sport dei detenuti a sport dei manager. Nel 1700 i detenuti inglesi per sfogarsi, muniti di racchetta, scagliavano una palla contro il muro adattando così il tennis alle dimensioni di una cella. Non a caso, il primo campione del mondo di squash fu proprio un detenuto. In Italia lo squash arriva negli anni Settanta, grazie al successo dei film americani che lo presentano come attività preferita di manager, attori e personaggi del jet set. L'esordio ufficiale avviene però nel 1976 quando a Bologna viene inaugurato il Bologna Squash Center ed istituita così la prima squadra italiana. Tecnicamente non complicato: è uno sport di facile apprendimento e bastano poche lezioni per essere in grado di giocare a livello amatoriale. Velocità, forza, resistenza, coordinazione, tempismo e molta tattica: ecco le caratteristiche fondamentali per essere un buon giocatore di squash. Perfetto per mantenere la forma fisica, una sessione da un'ora consente di bruciare fino a 800-1000 kcal tonificando e potenziando gambe, addominali e braccia.

E alla fine arriva il padel

Lo squash ha passato il testimone al vero fenomeno sportivo del momento: il padel. È diventato il dopolavoro della classe dirigente, una circostanza utile anche per fare conoscenze strategiche e stringere accordi. Al contrario del golf, il dispendio economico è inferiore, così come il tempo necessario per una partita. La crescita del padel la si percepisce dalla nascita di nuovi campi in tutto il territorio nazionale. Costruire un campo da padel costa tra i 15 e i 25 mila euro, una sola area di gioco frutta 6 mila euro mensili: l'investimento quindi viene ripagato in pochi mesi. I circoli più importanti hanno sostituito i campi da calcetto con quelli da padel, la stessa sorte è toccata anche a numerosi campi da tennis. Il padel sembra essere una disciplina democratica, mentre per il tennis non si può affermare la stessa cosa, infatti è anche per questo che sono molti quelli che dal tennis sono passati al padel. Si può dunque affermare che oggi il padel sia il nuovo golf, il nuovo tennis, il nuovo squash.

Il padel è lo sport che ha il più alto trend di crescita nel mondo. Anche le persone di Spindox non sono rimaste indifferenti al fascino del padel.

Abbiamo intervistato Luca Gattanella, Tribe Lead della sede di Roma che ha da poco preso il patentino come istruttore di padel e Riccardo Vaj, giovane promessa di questo sport che l'azienda ha scelto di supportare nel suo percorso di crescita.



RICCARDO VAJ

GIOCATORE DI PADEL

Gli sport da racchetta si confermano essere una straordinaria occasione per parlare di business, per conoscersi, per instaurare nuove relazioni professionali. La lista di appassionati è lunga: manager, politici, diplomatici, cantanti, calciatori.

Gianluca Zambrotta, campione del mondo 2006, ha aperto in Piazza Gae Aulenti a Milano un "Z padel Club". Ibrahimović ha 5 centri sparsi per la Svezia. Il presidente del Coni, Giovanni Malagò, si è cimentato in questa disciplina così come l'ex campione di tennis Adriano Panatta, ormai convertito alla nuova mania.

Insomma, come recita il detto "Mens sana in corpore sano", possiamo affermare che sia in ambito sportivo che in quello degli affari, un corpo sano ed efficiente supporta una mente lucida, elastica e creativa.

Come nasce questa tua passione per il padel? Quando ti sei avvinato a questo sport?

Parto con il dire che sono praticamente nato con la racchetta in mano. Ho iniziato all'età di 5 anni a giocare a tennis spinto da mio papà e dal fatto che anche lui lo praticasse, ovviamente a livello amatoriale.

Da lì ho iniziato a giocare sempre più spesso, ho iniziato a fare i primi tornei ma comunque non sono mai stato un fenomeno, anzi...rispetto ai miei coetanei ero sempre un po' indietro, ma la cosa non mi pesava particolarmente, giocavo perché mi piaceva farlo. Poi piano piano ho iniziato a non divertirmi più come prima e a non avere quindi lo stimolo di allenarmi e di farlo nel modo corretto.

Poi è arrivato il padel quando il papà del mio socio ha fatto montare un campo nel circolo di sua proprietà a due passi da casa mia. Inizialmente giocavo con chi capitava, per poi iniziare a prendere qualche lezione da un maestro brasiliano a Torino nel momento in cui mi sono reso conto che stavo provando le stesse sensazioni che mi dava il tennis all'inizio, se non addirittura migliori.

Quante volte ti alleni a settimana? Per quante ore?

A regime direi 2-3 volte a settimana in campo, allenamenti da un'ora o un'ora e mezza; mentre come preparazione atletica 2 volte a settimana da un'ora ciascuna seguito da un personal trainer. Quest'anno però c'è l'intenzione di aumentare notevolmente il carico per provare a competere con chi questo sport l'ha preso davvero come un lavoro.

Ti sei prefissato degli obiettivi? Qual è il tuo sogno?

Il sogno penso sia lo stesso di ogni sportivo, la maglia azzurra. Ora come ora però è talmente lontano che neanche riesco ad immaginarmelo, quindi lavoro sugli obiettivi a breve termine che sono raggiungere la massima classifica italiana e magari anche una convocazione in serie A, sono molto ambiziosi come obiettivi però penso di avere le carte in regola per raggiungerli se ci lavoro.



LUCA GATTANELLA

ISTRUTTORE DI PADEL
TRIBE LEAD DI SPINDOX

PERCHÉ IL PADEL È LO SPORT DEL MOMENTO?

[Ascolta il podcast](#)

Come nasce questa tua passione per il padel? Quando ti sei avvicinato a questo sport?

La mia passione nasce tra il 2013 e 2014...quando ancora il padel era uno sport sconosciuto ai più; venendo dal tennis, ho sempre avuto curiosità verso gli sport con la racchetta: negli anni ho giocato tanto anche a ping pong e squash, seppur mai a livelli agonistici.

Quante volte ti alleni a settimana? Per quante ore?

Personalmente faccio 2-3 partite allenanti alla settimana, poi nel weekend si svolgono i vari campionati a squadre o le varie tappe dei circuiti organizzati dagli enti; in più avendo conseguito il diploma nazionale di istruttore, sto mediamente altre 10 ore a settimana sui campi ad allenare persone che vogliono avvicinarsi a questo sport, o che vogliono migliorare il loro livello. Anche allenando, inevitabilmente, traggio un beneficio personale, migliorando la sensibilità con cui colpisco la palla, al fine di agevolare il colpo che dovrà poi eseguire l'allievo.

Ti sei prefissato degli obiettivi? Qual è il tuo sogno?

A livello personale, mi piacerebbe tornare in Spagna dove ho già fatto una Clinic 2 anni fa: tornarci però da istruttore, per ampliare il mio bagaglio personale e metterlo a disposizione, sul campo, delle persone che alleno.

In progetto, insieme al circolo dove insegno, c'è un'Academy per ragazzi, al fine di avvicinare al padel anche le nuove generazioni: il mio sogno è quello di specializzarmi coi bambini e vederli appassionarsi a questo sport fantastico.

Ci sono altri colleghi in Spindox che giocano a Padel? Se sì, vi date appuntamento sul campo dopo l'ufficio?

Ho giocato e dato lezione a clienti e colleghi, ho organizzato due eventi legati al padel...diciamo che in Spindox lo usiamo come arma per avvicinare clienti e cercare di sviluppare ulteriore business.



Ne abbiamo parlato con Luca Gattanella a "Mai dire calcio", il nuovo format di Spindox Radio in cui lo sport è molto di più.



Spindox Radio presenta

MAI DIRE CALCIO

Il podcast in cui lo sport è molto di più



MAI DIRE CALCIO

Da sempre il calcio è considerato l'unico sport in Italia e chi non lo segue sembra essere escluso dal punto di vista sia mediale che sociale.

Spindox Radio vuole dare spazio a tutte le persone che praticano sport ritenuti minori.

Nasce così Mai dire calcio: il format che mette al centro della discussione le persone e la loro passione per lo sport.

Ogni episodio si concentrerà su uno sport diverso attraverso la voce di uno o più ospiti. Un podcast che fonde sport e cultura pop, curiosità ed esperienze di vita.

**ASCOLTA IL PRIMO EPISODIO
DEDICATO AL PADEL CON
LUCA GATTANELLA**



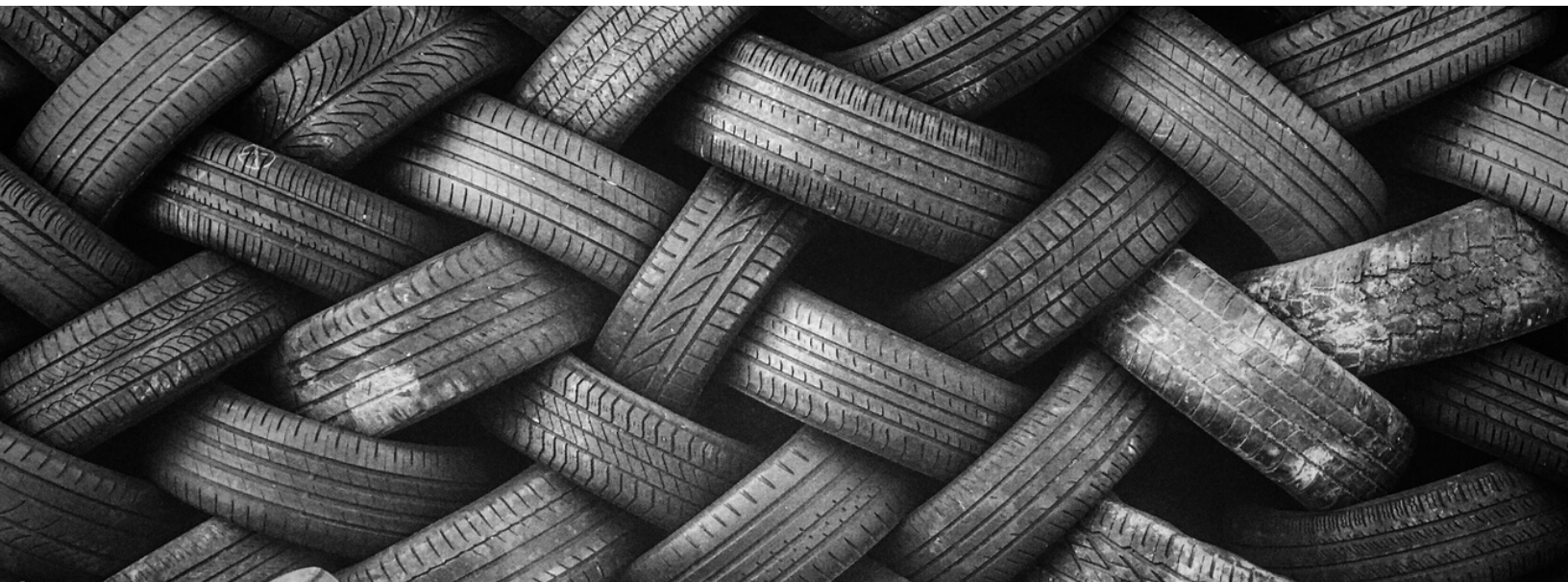


aHead Research Case study

Pianificazione e allocazione ottima della produzione

Ottimizzazione della pianificazione ed allocazione della produzione su un orizzonte pluriennale per un cliente leader mondiale nel settore degli pneumatici, per minimizzare i costi totali della filiera.

ahead
TECH VANGUARD



Una delle imprese leader nel settore degli pneumatici aveva bisogno di una drastica riduzione dei costi operativi, senza intaccare la qualità dei prodotti. aHead Research ha dunque proposto al cliente di produrre un modello matematico che rappresentasse la pianificazione e allocazione della produzione con un orizzonte di 3-10 anni, al fine di applicare algoritmi di ottimizzazione che suggerissero una **riorganizzazione della supply chain a costo minore**. In particolare, l'ottimizzatore doveva stabilire quali prodotti e quanto produrre in ogni impianto di una supply chain estesa a livello mondiale. È solitamente una decisione molto difficile per i manager che si ritrovano ad allocare centinaia o migliaia di prodotti differenti su decine di impianti sparsi nei vari continenti: il supporto di un modello matematico garantisce un approccio unitario, sistematico e con un beneficio dimostrabile matematicamente. L'uso della **Math-Optimization unita all'Artificial Intelligence** ha permesso di sviluppare una soluzione che tenesse conto dei vincoli produttivi negli impianti e nel network di distribuzione, in modo da allocare i prodotti dove risulta più economicamente conveniente. Il beneficio di tale proposta di riorganizzazione della supply chain è stato dimostrato e validato dai manager del cliente a priori, portando a un beneficio sull'orizzonte di pianificazione di centinaia di milioni di euro. Senza intaccare la qualità delle materie prime e del prodotto

Caratteristiche salienti di una soluzione per la pianificazione ed allocazione della produzione

Effettuare un piano strategico di produzione per i prossimi 3-10 anni che garantisca la riduzione dei costi totali della supply chain è una attività molto complessa che richiede solitamente settimane di lavoro da parte dei manager. I costi di produzione possono essere differenti in ogni impianto in base alle tecnologie utilizzate, al costo delle materie prime, ai processi produttivi e alla manodopera. Anche i costi di trasporto possono variare in base alle differenti modalità di trasporto e alle leggi doganali. Inserire nuovi prodotti in un impianto su cui non sono mai stati realizzati può portare a ulteriori costi fissi e a lunghi tempi di setup, a fronte di una possibile riduzione nei costi complessivi nel medio-lungo termine.

Un corretto production planning & allocation deve rispondere, tra gli altri, ai seguenti quesiti:

- Quali prodotti produrre in ciascun impianto? Quanto di ogni prodotto?
- Dove devono essere immagazzinati i prodotti?
- Quali domande di quali clienti vengono soddisfatte con i prodotti realizzati in ciascuno degli impianti?
- Di quali processi produttivi necessita il singolo prodotto? Sono disponibili nell'impianto cui è stato allocato?
- Il numero di prodotti differenti allocati sul singolo impianto è troppo alto? Questo comporterà tempi più lunghi di setup e costi aggiuntivi?



Rispondere singolarmente ai quesiti sopracitati può essere fatto sulla base dell'esperienza dei manager, ma per trovare il compromesso che risponda a tutte senza sprechi di risorse è necessario applicare tecniche avanzate.

Infatti, spostare la produzione da un impianto ad un altro può portare dei risparmi sul costo della produzione, ma questi potrebbero essere più che contro-bilanciati da aggravii nei costi di trasporto e/o stoccaggio. Viceversa, l'ampliamento della capacità di un magazzino di prodotti intermedi o finiti porta sicuramente ad un aumento dei costi di stoccaggio, ma potrebbe portare anche a consistenti risparmi nei costi di produzione e trasporto.

Inoltre, tali scelte devono tener conto dei vincoli di capacità (sia in termini di numero di prodotti finiti producibili che di mix) di ciascun impianto: aumentando i costi fissi di un impianto si potrebbe riuscire a produrre consistentemente di più di un determinato prodotto in una località dove la materia prima è vicina e dunque il costo di trasporto risulterebbe sensibilmente diminuito.

L'approccio risolutivo per una pianificazione e allocazione ottimizzata della produzione.

Il team di Math-Optimization di aHead Research ha sviluppato una soluzione Java-based, che incorpora un modello di ottimizzazione matematica e sofisticate tecniche di ricerca operativa.

Grazie a questa tecnologia è stato possibile abbattere i tempi per la pianificazione e ottenere in meno di un'ora di tempo un piano di produzione pluriennale per migliaia di prodotti. Il software è stato perfettamente integrato all'interno della piattaforma di planning del cliente, interagendo con essa per poter prelevare i dati di input e restituire quelli di output.

L'algoritmo adottato per la pianificazione della produzione riesce a gestire tutti i vincoli produttivi degli impianti:

- capacità massima produttiva annuale per evitare saturazioni eccessive degli impianti;
- capacità minime produttive annuali per evitare impianti troppo scarichi;
- capacità massima dei singoli processi produttivi realizzati in un plant;
- quality management per soddisfare determinati standard di qualità nella produzione offerta;
- prodotti e famiglie di prodotti che non possono essere gestite negli impianti a causa dell'assenza di processi produttivi ad-hoc per la realizzazione del prodotto;
- lotti minimi nella produzione di un singolo prodotto;
- numero massimo di prodotti nuovi inseribili in un impianto;
- numero massimo di prodotti differenti gestibili in un solo impianto.

Il software risulta capace anche di tener conto dei vincoli strutturali del network di distribuzione:

- quali magazzini devono servire gli impianti produttivi;
- quali magazzini devono servire i singoli clienti sparsi nei vari Paesi;
- quali clienti devono essere serviti direttamente, quali indirettamente.



I benefici attesi si attestano su una riduzione dei costi totali di quasi il 10%

La soluzione proposta ha permesso di ridurre i costi totali dell'8%. Dall'analisi è emerso che la voce principale di costo è quella dei costi di produzione, che è anche la voce di costo su cui si è osservata la riduzione più netta. Allo stesso modo l'utilizzo di un software basato sulla math-optimization ha portato anche a una più corretta redistribuzione dei prodotti, su impianti che precedentemente non erano stati predisposti per produrli. In questo modo si è osservato un leggero aumento nei costi dovuti all'introduzione di nuovi prodotti a fronte di una netta riduzione dei costi di produzione e di trasporto.

Oltre ai benefici misurabili economicamente, una corretta pianificazione della produzione porta anche ad altri vantaggi che non sono misurabili direttamente ma che influenzano in modo significativo la produzione:

- riduzione del livello di stock nei magazzini in modo da ridurre i costi di immagazzinamento;

- delocalizzazione della produzione dagli impianti più costosi a quelli più economicamente convenienti, mantenendo negli impianti più avanzati tecnologicamente tutti quei prodotti che necessitano di particolari caratteristiche e, dunque, liberando capacità produttiva per prodotti più avanzati;
- riduzione dei rallentamenti nella produzione dovuti ad allocazioni di prodotti su impianti dove non ci sono le competenze o le risorse adatte per realizzarli;
- introduzione di nuovi prodotti fin da subito in modo da beneficiarne per tutto l'orizzonte temporale della pianificazione.

L'ottimizzazione matematica ha dunque permesso di raggiungere risultati economici stupefacenti, i.e. -8% per una riduzione dei costi sull'orizzonte di pianificazione nell'ordine delle centinaia di milioni di euro, mantenendo la qualità e mix produttivi e rispettando tutti i vincoli della produzione e della supply chain.



VOCI DAL MANAGEMENT

Cosa passa per la testa di chi ha il compito di guidare e ispirare le persone? Cosa immaginano? Quali sfide si pongono e come le affrontano?

Voci dal management è il podcast nel quale i manager di Spindox ci raccontano i segreti della trasformazione del brand e la strategia che adottano per condurre i propri team verso il raggiungimento gli obiettivi.



Su Spreaker, Spotify e tutte le principali piattaforme d'ascolto.



Governance, Business Analysis, Compliance & Cybersecurity

Dogix è la business unit di consulenza IT di Spindox che si propone come mediatore fra la cultura del business e la «sala macchine».

Aspira ad essere il consulente di business del CIO, aiutandolo a spostarsi verso le fasi alte dei processi decisionali con contenuti innovativi: prima le idee, prima l'individuazione e l'interpretazione dei dati poi il resto.

Governance, Business Analysis, Compliance & Cybersecurity sono le tre sezioni del brand.

Per saperne di più visita il sito: <https://dogix.xyz/>



Quando il gioco si fa innovativo, Dogix scende in campo

a cura di Paolo Locati

Nel 2020 uno dei nostri clienti più importanti, operante nel settore del gioco regolamentato, ha chiesto il nostro intervento per realizzare una piattaforma di servizi online innovativa.

L'obiettivo è stato quello di sviluppare una soluzione volta a rafforzare la partnership con i punti vendita sul territorio, fornendo a quest'ultimi un supporto concreto nella gestione e nello sviluppo della propria attività imprenditoriale. Spindox ha preso in carico l'implementazione dell'intero progetto. A noi di Dogix è stata affidata la governance che abbiamo condotto con approccio Agile.

Soluzione

La realizzazione della soluzione ha comportato un lavoro a stretto contatto con i diversi interlocutori lato cliente: il business, al fine di definire un modello di servizi in grado di concretizzare gli obiettivi strategici che la nuova piattaforma doveva abilitare, e i dipartimenti tecnici per costruire, passo dopo passo, la migliore e più affidabile soluzione tecnologica.

L'approccio Agile basato su Scrum e Large Scale Scrum (LeSS) è risultato determinante, consentendo di coniugare i vincoli temporali con la fase di progettazione e realizzazione. Il team Spindox ha implementato sia i processi lato cliente finale (es. soluzioni assicurative, di marketing, funzionalità di Customer Service, ecc.), sia il modulo per la gestione e pubblicazione dei contenuti sulla piattaforma.





Ascolta la puntata di **Voci dal Management** su questi temi

Il tutto è stato realizzato attraverso soluzioni tecnologiche innovative e resilienti quali ambienti dockerizzati, Front End React e Back end a Microservizi.

Vantaggi

La nuova piattaforma è stata rilasciata su una rete di più di 30.000 rivenditori distribuiti in tutta Italia consentendo di ottenere miglioramenti in ambiti diversificati quali:

- Sviluppo del business con conseguente aumento di ricavi e clienti
- Formazione e sviluppo della professionalità
- Efficienza nella gestione del punto vendita
- Efficacia nei meccanismi di partnership tra la rete e il management centrale



Business Analysis per il nuovo portale amministrativo di un cliente Energy

a cura di Francesca Lai

Il team di Business Analysis di Dogix ha fornito le proprie competenze nel settore Energy, all'interno di un progetto dedicato all'implementazione di un portale ad uso headquarter per uno dei principali operatori del mercato italiano.

I Business Analyst di Spindox hanno saputo comprendere l'esigenza del cliente dando origine ad un portale ad uso amministrativo interno di nuova concezione, realizzato al fine di semplificare il controllo e la gestione della struttura delle cartelle condivise del repository documentale, nonché i permessi per utenti interni ed esterni.

Soluzione

Il portale svolge come principale funzione quella di fornire supporto decisionale alla gestione delle profilazioni, tramite l'assegnazione di determinati ruoli, creati al di fuori dell'applicazione stessa tramite un processo specifico su Remedy Force, con il quale l'applicativo si integra strettamente.

Il portale si integra inoltre con i servizi di Active Directory aziendali, per reperire e gestire informazioni sulle utenze di dipendenti e consulenti necessarie per perfezionare il SSO, grazie al quale gli utenti, una volta effettuato il login, possono accedere a risorse disponibili in rete senza effettuare nuovamente l'autenticazione.

I Business Analyst hanno curato direttamente le principali fasi progettuali tramite:

- Raccolta dei requisiti di business e raffinamento degli stessi in linea con la vision del cliente.
- Analisi di concept, rischi e impatti su processi e soluzioni eventualmente già presenti nel sistema IT di competenza.
- Cura della redazione della documentazione per le fasi alte di progetto, in qualità di diretti responsabili della produzione dell'analisi di fattibilità (comprehensive di modelli UML, data model e diagrammi di flusso) e di revisori/approvatori della documentazione funzionale, tecnica e di test (test book, test plan, test report) prodotta dai fornitori.
- Gestione User Acceptance Test con il cliente per approvazione del prototipo sviluppato che sia in linea con le aspettative sia in termini di User Experience che di effettiva capacità di risposta al requisito di funzionalità.
- Partecipazione alla messa in produzione per un GoLive efficiente e completo.

UBLIQUE

UN MAGAZINE DI PROPRIETÀ DI SPINDOX
SUI TEMI DELLA DECISION INTELLIGENCE E
DEGLI ADVANCED ANALYTICS APPLICATI AL
BUSINESS.

LOGISTICA / SUPPLY CHAIN / TRASPORTI/
DEMAND INTELLIGENCE / RETAIL / FASHION

Contact us

©UBLIQUE by Spindox AG
Via Giovan Battista Pioda 12
6900 Lugano | Switzerland

hello@ublique.ai
www.ublique.ai

