FABBRICA 4.0

Il punto di vista

Nuovi modelli di business dai big data creati dalla digitalizzazione

***Roberto Siagri**, fondatore e amministratore delegato di Eurotech, mette in evidenza l'innovativa evoluzione di servizi e manifatturiero*



ROBERTO SIAGRI, FONDATORE E CEO

L'oro blu dell'Industry 4.0, ovvero i dati, sono e saranno all'origine di nuovi modelli di business. Alcuni già si vedono e creano reddito, «altri non riusciamo neppure a immaginarli, ma le opportunità si manifesteranno progressivamente in seguito alla massa di dati che stiamo raccogliendo». Ne è convinto, e ha le prove, l'AD di Eurotech, l'azienda che da Amaro, un piccolo paese montano del Friuli, ha conquistato le piazze mondiali riuscendo a vedere, da antesignana, le potenzialità dell'Internet of things. "Alcuni nuovi modelli di business creati dai dati già ci appartengono", afferma Siagri, portando a esempio "i prezzi dinamici delle compagnie aeree low cost, che modulano il costo del biglietto rapportandolo in tempo reale al grado di occupazione dell'aereo, e quelli che le assicurazioni applicano sfruttando i dati che arrivano dalle scatole nere installate sulle auto". Evidenti nell'ambito dei servizi, i nuovi modi di fare affari stanno contaminando il manifatturiero. "La domanda di fondo riguarda quali servizi si possono dare ai clienti – osserva Siagri -. Si sviluppano così i servizi legati ai prodotti, che ne rappresentano il valore aggiunto e nuovi modelli di business legati all'economia di risultato, dove quello che conta è quello che fa il prodotto e non il prodotto". In questa logica si arriverà in breve tempo a considerare i ricambi un costo e non un ricavo perché la creazione di valore per l'azienda avviene altrove. Anche in questo caso Siagri ha pronto l'esempio: "Con l'auto a guida autonoma, al costruttore interesserà più darla in uso che venderla, facendo pagare quindi il servizio che il prodotto auto fornirà". Con questo scenario, "diventa oggi molto importante procedere con gli interventi di digitalizzazione e automazione che producono risultati subito verificabili, con meno spese e più efficientamento. In questo processo, compatibilmente con i costi, conviene digitalizzare tutto – sottolinea Siagri -, perché è nell'abbondanza dei dati che scaturiranno nuove e vantaggiose possibilità". Le tecnologie equipaggiate con algoritmi sempre più sofisticati e la potenza di calcolo che cresce secondo la legge di Moore "consentiranno di separare sempre più segnali chiari dal rumore dei big data".