

PLM, l'ingegneria della conoscenza crea valore nel manifatturiero

Produttori e system integrator si confrontano in una tavola rotonda sul mercato del PLM in Italia, sul livello di conoscenza delle imprese sulla tematica e sul futuro della soluzione

a cura della Redazione

La progettazione, il servizio ai clienti e una visione a 360 gradi sulla gestione di tutto il ciclo del prodotto sono fattori in grado di generare per le aziende un vantaggio competitivo sul mercato. Realizzando una struttura di dati unica, aggiornabile e accessibile dalle diverse funzioni aziendali coinvolte, i sistemi PLM permettono di sfruttare le informazioni per prendere decisioni rapide e coerenti con la strategia aziendale, creando nuovo valore per l'impresa manifatturiera: la conoscenza di sviluppo e progettazione del prodotto, infatti, non è più nella testa di uno o di poche persone, ma è sparsa tra funzioni, il cui coordinamento impone una strategia. I forti investimenti del passato in tecniche di miglioramento sono stati diretti principalmente al miglioramento del costo del prodotto, della qualità o del lead time. Oggi questi interventi

non sono più sufficienti per guadagnare vantaggio sul mercato, ma l'attenzione si deve sempre più spostare sullo sviluppo e sull'innovazione in linea con le aspettative del mercato: prodotti che si differenziano dagli altri, performanti, accessibili, affidabili, sostenibili e, soprattutto, primi sul mercato.

Una gestione totale, efficiente ed efficace del ciclo di vita del prodotto è fondamentale per soddisfare in modo innovativo le nuove esigenze dei clienti, senza innalzare i costi, sacrificare la qualità o ritardare la consegna del prodotto. Nella tavola rotonda organizzata da *Sistemi&Impresa* i rappresentanti di 11 aziende operanti in questo ambito si sono confrontati sul mercato del PLM in Italia, sul livello di conoscenza delle imprese sulle tematiche del PLM e sul futuro della soluzione.



I relatori che hanno partecipato alla tavola rotonda sul PLM



Christian Palladino, Mid Market Sales Director di Siemens Industry Software.



Davide Piccardi, PLM Principal Sales Consultant di Oracle



Vincenzo Ruggero, Responsabile divisione PLM di Nuovamacut



Edoardo Collalto, Amministratore di K2Innovation

■ Il PLM come leva dell'innovazione

Le aziende sono interessate a comprendere tutto ciò che ha a che fare con l'innovazione, dagli oggetti smart che dialogano tra di loro, all'advanced robotics all'Industrial IoT, tematiche che, insieme ad altre, portano al concetto di Industry 4.0. "Tutto questo", afferma Christian Palladino di Siemens Industry Software, "è legato al PLM. Le aziende hanno sempre più esigenze non solo di implementare sistemi di CAD management, ma soluzioni in grado di digitalizzare i diversi processi in modo che possano realizzare prodotti innovativi".

Il PLM, secondo Siemens va posizionato in un processo esteso e condiviso, è essenziale che dialoghi con il sistema ERP, ma non solo, perché sono tante le fonti di informazione, per esempio l'IoT va visto nell'ottica dello sviluppo prodotto. Il PLM fino a oggi è stato un mondo chiuso, perché affrontato come mondo dei progettisti, "ma le forti spinte competitive del mercato portano a vedere il PLM in ottica di sistema per portare innovazione in azienda in un senso più ampio", interviene Davide Piccardi di Oracle. "Quando il progettista inizia a lavorare l'input è stato già dato anche dai clienti e dal marketing, input che portano a innovazioni mirate e al miglioramento continuo".

Dello stesso parere è Vincenzo Ruggero di Nuovamacut che afferma: "Bisogna mettere ordine nelle aziende e vedere il PLM come spina dorsale dell'azienda, non come una soluzione di reparto, un supporto all'innovazione e gestire l'innovazione è un must e se non è gestita crea danni".

La metafora della spina dorsale la utilizza anche Edoardo Collalto di K2Innovation: "In passato l'errore è stato fermarsi al PDM (Product document management) limitandosi alla gestione documentale; il PLM oggi ha un approccio sul processo, è la spina dorsale che si interfaccia con tutti gli strumenti dell'azienda". Una volta che un'azienda ha acquisito un ordine, secondo Collalto, bisogna gestire tutto il processo dalla progettazione alla realizzazione per rispondere in tempo alle richieste di mercato. È Cesare Tarricone di Sinfo One a mettere in luce qualche ostacolo all'introduzione del PLM: "L'innovazione si è estesa ad altre aree aziendali, non al solo reparto progettazione, a figure non abituate a lavorare in maniera strutturata, modalità insita nel PLM. Quello che crea criticità è la gestione del cambiamento".

Un aspetto che sottolinea anche Alberto Codrino di PLM Systems spostando il focus sulle Pmi: "Le Pmi hanno gli stessi problemi delle grandi e il PLM può aiutare a risolvere le complessità".

I PARTECIPANTI ALLA TAVOLA ROTONDA

Enrico Borca, Sales e Partner Manager di **PRO.FILE PLM ITALIA**

Alberto Codrino, CEO di **PLM SYSTEMS**

Edoardo Collalto, Amministratore di **K2INNOVATION**

Giacomo Coppi, Team Leader Extended Supply Chain, **SAP ITALIA**

Fabrizio Ferro, Direttore Tecnico di **PTC**

Dario Marzoni, Amministratore di **I3**, società che ha assorbito **PARALLAKSIS** e **SYMBOLICA CONSULTING**

Christian Palladino, Mid Market Sales Director di **SIEMENS INDUSTRY SOFTWARE**

Davide Piccardi, PLM Principal Sales Consultant di **ORACLE**

Guido Porro, Managing Director EuroMed di **DASSAULT SYSTÈMES**

Vincenzo Ruggero, Responsabile divisione PLM di **NUOVAMACUT**

Cesare Tarricone, Oracle Service Line Manager di **SINFO ONE**



Alberto Fenati
Group Controller

Il Gruppo Olitalia, realtà dinamica e innovativa, presente in più di 120 Paesi nel mondo e leader nel comparto degli olii alimentari e condimenti con i marchi Olitalia e Acetaia Giuseppe Cremonini, sostiene la costante crescita sul mercato internazionale con l'ERP Si Fides Food & Beverage di Sinfo One.



Alberto
is inspired by Sinfo One.



Sinfo One, più IT alle tue idee.





Cesare Tarricone, Oracle Service Line Manager di Sinfo One



Alberto Codrino, Ceo di PLM Systems



Enrico Borca, Sales e Partner Manager di Pro.File PLM Italia



Giacomo Coppi, Team Leader Extended Supply Chain, SAP Italia

Oggi, tra l'altro, la Pmi ha possibilità di trovare soluzioni a costi accettabili con soluzioni verticali per settori di mercato, ma il PLM sposta il modo di lavorare e i 'pesi' in azienda e il problema diventa il vincere le resistenze al cambiamento". Il mercato delle Pmi è sicuramente un ambito interessante e oggi affrontabile, è il parere di Colalalto: "Ora ci rivolgiamo anche alle Pmi perché i vendor hanno realizzato prodotti più accessibili". "Anche le piccole aziende vogliono essere uniche e speciali, perciò sono interessate a innovare sfruttando il PLM", aggiunge Piccardi. Ma che sia grande azienda o Pmi, "prima di tutto bisogna pensare al Data Recovery come spina dorsale dei dati aziendali, e dunque bisogna mettere in sicurezza i dati, aspetto che da molti non viene colto, ma che è alla base del PLM", interviene Enrico Borca di Pro.File PLM Italia. "Il PLM va introdotto per step successivi, è un percorso di crescita che va dallo sviluppo prodotto o sviluppo commessa fino alla gestione dei processi aziendali, ma alla base ci deve essere il dato centralizzato". "Bisogna superare l'approccio per silos per

accelerare il business, facendo innovazione di prodotto in un'ottica di time-to-profit", sottolinea Giacomo Coppi di SAP. "Il PLM va in questa direzione perché è un insieme di soluzioni e ha una visione commerciale, finanziaria e si integra con la produzione". Che il PLM debba essere inteso con una visione più ampia è anche il parere di Guido Porro di Dassault Systèmes: "Il PLM riesce a supportare i processi creativi, ma bisogna toglierlo dall'ambito dell'ingegneria integrandolo nel manufacturing". "L'integrazione è determinante, al PLM è delegato il sistema connettivo verso il resto del mondo, per poter gestire ciò che non è gestito", sostiene Dario Marzoni di I3, che aggiunge: "Il PLM è sempre stato visto come 'parente povero' dell'ERP ed è sempre il PLM che deve integrarsi perché arriva dopo nelle imprese". "Il PLM è portatore di innovazione, ma nel senso che è un abilitatore, afferma Fabrizio Ferro di PTC. "Per noi il PLM è strettamente connesso con l'IoT tanto che si può dire che ormai l'IoT è il PLM e questo darà alle aziende nuove possibilità per incrementare il loro livello di innovatività





Guido Porro, *Managing Director EuroMed di Dassault Systèmes*



Dario Marzoni, *Amministratore di I3*



Fabrizio Ferro, *Direttore Tecnico di PTC*



che le potrà portare a ripensare prodotti, processi e modelli di business”.

■ Le Pmi hanno le conoscenze per capire il PLM?

“Nel corso degli ultimi anni, il mercato si è notevolmente evoluto”, ritiene Palladino, “ma persiste ancora una scarsa conoscenza del PLM da parte delle aziende”.

Le aziende in Italia sono pragmatiche e cercano risultati, ma “oggi vogliono capire meglio come le novità sul mercato si possono declinare nella loro realtà, sostiene Piccardi. “Le imprese cercano il best of breed, ma poi pagano lo scotto di doversi fare l’integrazione in casa, che spesso è la causa primaria dello scollamento del sistema informativo complessivo. Dunque è riduttivo proporre il PLM come soluzione per lo sviluppo prodotto”.

“Le Pmi recepiscono in maniera fattiva, sono culturalmente preparate”, afferma Porro: “Nelle società che investono nei nostri prodotti troviamo persone che comprendono perfettamente quello che proponiamo. Molte Pmi stanno assumendo nuovo personale giovane che ha forti competenze in ambito innovazione e digitalizzazione”.

“Spesso”, aggiunge il manager, “portiamo le Pmi a vedere le esperienze delle aziende più grandi che hanno già utilizzato il PLM”.

Anche secondo Codrino i clienti sono piuttosto ‘educati’ e hanno aspettative molto chiare. “Il mercato offre molte opportunità: da sistemi con ampia copertura funzionale e una certa complessità, a sistemi più adeguati alle piccole e medie imprese, prodotti ‘specializzati’ in determinati settori di mercato fino a proposte open source”.

“Per presentare un sistema PLM”, aggiunge Coppi, “non può esserci un ‘disco di vendita’ uguale per qualsiasi azienda, ci vogliono cantautori che trovino il linguaggio e l’interlocutore giusto, oggi il responsabile del business ha un ruolo molto importante, non è più un problema di cultura, le aziende conoscono il mercato e l’offerta. Da parte

del vendor ci vuole una buona competenza tecnologica e la capacità di lavorare insieme al cliente per disegnare congiuntamente il processo, ci vuole una visione più ampia della mera vendita, mentre da parte del cliente ci vuole un forte commitment della proprietà”. Non troppo convinti del livello culturale in ambito PLM delle Pmi sono invece Nuovamacut e Sinfo One. “Per approcciarle correttamente”, afferma Ruggero, “bisogna fare un’analisi ‘as is’ e fare un ‘proof of concept’ mirato, in quanto tutte le aziende sono diverse”.

“È vero che ci sono scarse conoscenze nell’impresa. Non solo, non a tutte le aziende può servire un PLM, per alcune imprese non è ancora il momento giusto”, puntualizza Taricone. “Inoltre a volte l’impresa ha esigenze che non riesce a esprimere, serve parlare la lingua del cliente, più che presentare casi di successo, quindi è determinante, per un system integrator come noi, specializzarsi per settore di business”.

Per Borca la realtà delle Pmi è a due velocità: “La reattività la si vede nella media azienda che compete in scenari internazionali e sa di avere un eventuale gap tecnologico. E per fare la proposta giusta bisogna sapere dove vuole arrivare il cliente che pone sempre più attenzione sul costo e il tempo di implementazione e degli aggiornamenti successivi e cerca un sistema di facile configurazione, aspetto tipico del nostro PLM. Negli ultimi tempi valuta attentamente anche l’offerta in cloud e tendenzialmente chiede le facility sul cloud, ma la gestione del dato in casa propria”.

Secondo Collalto la Pmi va educata ed è necessario fare capire che un progetto PLM è una filosofia che abbraccia tutta l’azienda e che questo ha un costo in termini di risorse interne che, attualmente non sono molto preparate. Ma quando l’azienda decide di acquisire un PLM, se non richiede particolari personalizzazioni, siamo in grado di realizzare un progetto in 50 giorni”.

Per Marzoni, il livello di competenze che si incontra nelle imprese è abbastanza differenziata, così come sono differenti le modalità di acquisto.



13 propone una soluzione in cloud, in Italia e in Oriente, e Marzoni fa notare come nel mercato orientale prevalentemente venga acquisita la configurazione base, senza molte richieste di personalizzazione, e la scelta ha una durata media di un mese, mentre in Italia si arriva anche all'anno, con specifiche richieste di customizzazioni.

Drastico, invece, Fabrizio Ferro di PTC: "Riguardo all'ignoranza, visto tutte le possibilità che ci sono oggi per informarsi, è possibile che chi è ignorante abbia delle responsabilità. È tuttavia possibile che ci possa essere della 'confusione' e quindi è importante che le informazioni vengano presentate in maniera semplice, mediante sistemi facili, tecnologicamente avanzati, connessi e quindi intelligenti".

■ Ma cosa sarà il PLM nel 2020?

"Il PLM", risponde il manager di PTC, "è uno strumento che gestisce la complessità che arriva dai dati del cliente e da quelli non aziendali derivanti dalla digitalizzazione in atto: il cloud è il ponte che collegherà tutto. Non solo, l'IoT è il PLM del futuro. La cosa dirompente sono i dati che arrivano dall'utente, la capacità di usare questi ultimi sarà la forza dell'azienda; l'IoT darà la possibilità di cambiare il modello di business e PTC sta lavorando in questa direzione". Che l'IoT sarà determinante nell'ambito del PLM è convinto anche Marzoni che però precisa: "L'IoT è una realtà che non è ancora capita da tutti".

Il futuro per Oracle è sicuramente centrato sul cloud che "non è solo una modalità di deployment, ma paradigma di utilizzo: la parola chiave è 'semplicità', grazie al cloud possiamo lasciarci alle spalle la complessità".

Nel 2020, secondo Piccardi, ci sarà un completo cambio di paradigma. Il system integrator si specializzerà per industry, farà management

consulting e sviluppo applicativo. La Meccatronica richiederà integrazione e ci sarà la necessità di figure professionali diverse. L'integrazione sarà fondamentale in tutta l'azienda. Si andrà su 3D business platform per la raccolta e la condivisione delle informazioni, e "la piattaforma non rappresenterà un vincolo, ma uno stimolo per la condivisione. Si andrà verso una 'uberizzazione' dell'informatica".

Anche per Palladino ci si orienterà verso best practice per industry e si punterà a velocizzare l'implementazione delle soluzioni in modo da aiutare le aziende a incrementare sempre più la loro produttività fin dalle primissime fasi di sviluppo prodotto.

Nel futuro, Taricone vede la possibilità di attivare il software con un clic e con un'App si potrà puntare sull'integrazione di processo.

Secondo Borca, Pro.File PLM Italia fin dall'inizio ha avuto la vision di integrare applicativi e processi secondo standard "in modo che le aziende possano lanciare le applicazioni così come sono state preconfigurate per poi ottimizzarle in running ottenendo così tempi certi di go-live, in time e in budget, e questo sarà anche il futuro".

"Le piattaforme, come accade già oggi, si espanderanno anche attraverso acquisizioni da parte dei vendor di soluzioni contigue che poi verranno integrate nel PLM", sostiene Codrino. "Il futuro è l'integrazione: l'Industry 4.0 è un messaggio di integrazione".

Anche per Coppi il futuro è l'integrazione, e "l'integrazione è nel Dna di SAP".

"L'integrazione è importante", ribadisce in conclusione Ferro, "e il cliente si aspetta che noi siamo in grado di integrare anche tecnologie di altri. Oggi è più semplice integrare e tra cinque lo sarà ancor di più. Per esempio in ambito IoT i sensori parlano molti 'dialetti', e noi abbiamo fatto un'acquisizione proprio in questo senso".