

sembrano ancora interrogarsi rispetto alla seconda, ovvero abilitare nuove modalità di lavoro, di collaborazione e di valutazione delle performance *cross team*, in un mondo in cui il modello organizzativo a 'silos' è ancora fortemente radicato. "In realtà è proprio nell'abilitazione di nuovi processi e modelli organizzativi che il potenziale del PLM è più elevato – sottolinea Antonella Capelli –, poiché solo attraverso la capacità di interpolare in tempo reale informazioni e attività sempre più parallele e sovrapposte che l'azienda può orientare il proprio sforzo nell'unica importante direzione di riuscire a presentare al mercato 'il prodotto giusto'. Dove con 'prodotto giusto' intendiamo un reticolo di dimensioni di performance complesse, che vanno oltre il puro contenuto stilistico, abbracciando offerta/assortimento, quantità, qualità, fitting, posizionamento di costo/prezzo, tempistiche di consegna, strategia di sourcing, ecc.". La capacità di saper tenere quanto più possibile armonizzate queste dimensioni durante l'intera *value chain* di pianificazione e di sviluppo di una collezione, sostiene Lectra, è oggi il reale differenziale per arrivare ad anticipare qualsiasi rischio di errato posizionamento nella fase ultima di produzione e distribuzione – quando i volumi amplificano l'impatto di qualsiasi 'errore' atomico svolto a monte. "È per questo – conclude – che quello che osserviamo oggi è che le iniziative PLM vedono una sponsorship condivisa tra Sviluppo Prodotto, Supply Chain e IT proprio con l'obiettivo condiviso di anticipare qualsiasi intervento migliorativo – che può essere a livello di organizzazione, processo o strumento – quanto prima possibile nella catena del valore".

■ Il PLM per uno sviluppo prodotto social e collaborativo

"Siamo nell'era dell'esperienza", in cui il cliente/utente finale deve essere al centro del processo di sviluppo prodotto. È dall'esperienza del cliente che prende vita il prodotto del futuro, il

prodotto innovativo – afferma **Maria Lanzetta**, Direttore Marketing e Comunicazione di **Nuovamacut** –. Per questa ragione oggi le aziende manifatturiere hanno bisogno di una piattaforma PLM ovvero di una piattaforma di lavoro che consenta uno sviluppo prodotto 'social' e collaborativo".

Le imprese, secondo Lanzetta, necessitano dunque di adottare tecnologie di condivisione, basate su concetti di *mobility* e *cloud* per rendere più efficien-

ti i vari processi, fornendo accessibilità ai dati in qualunque momento, da qualunque dispositivo, in modo da tenere sempre aperti i canali di comunicazione dell'azienda con i clienti e tutti i partecipanti alla supply chain, fino all'adozione di tecnologie di Realtà Virtuale ed eMotion che consentono alle aziende manifatturiere di vivere in 'anteprima' l'esperienza del cliente.

"Soprattutto nell'ambito delle PMI – precisa – ci sono notevoli margini di miglioramento nello sfruttamento delle potenzialità che il PLM mette a disposizione: codificare un processo per renderlo ripetibile è la sfida che oggi le PMI stanno fronteggiando. Solo dopo averlo codificato è possibile porre un processo sotto il controllo di una piattaforma PLM e quindi trarne da essa il massimo beneficio".

"Invece, una cattiva gestione dell'informazione durante la fase di produzione porta innanzitutto alla perdita di capitale umano, che comunque ha carattere di unicità – sottolinea la manager di Nuovamacut –. Ma anche a una perdita di tempo che fa sì che si arrivi più tardi sul mercato dando alla concorrenza la possibilità di conquistare fette di mercato che potevano essere potenzialmente 'tue'; infine a una perdita di denaro e, conseguentemente, a una riduzione dei margini per l'azienda e a una minore capacità di investimento in tecnologie innovative".

Per migliorare la collaborazione tra reparto ingegneria e quello operations c'è una sola maniera, secondo Maria Lanzetta: "Integrare tutti processi aziendali, senza soluzione di continuità. Di fatto questo significa dotarsi di infrastrutture che dialogano in modo armonico fra loro, basate su una piattaforma di lavoro integrata".

■ Essenziale l'integrazione del PLM con i sistemi ERP, trasmissione dati, CRM ecc.

"Il PLM gioca sempre più un ruolo centrale sia all'interno delle aziende per la gestione dei dati e dei processi aziendali sia verso l'esterno, visto che i processi aziendali ormai integrano anche clienti e fornitori come parte integrante dello sviluppo del prodotto o della commessa – intervengono **Enrico Borca**, Sales & Partner Manager di **PRO.FILE PLM Italia** –. L'integrazione tra il sistema PLM e i vari sistemi aziendali come ERP, CRM e di scambio dati (Transmittal magari su cloud) con clienti e fornitori diventa essenziale per la competitività globale delle nostre imprese e deve essere realizzata secondo le specifiche esigenze del cliente o secondo 'best practice' relative allo specifico settore industriale".

Secondo Borca, il supporto di un sistema PLM, necessita come primo step di un sistema centra-



Maria Lanzetta, Direttore Marketing e Comunicazione di Nuovamacut