

# Laboratorio di comunicazione d'impresa

Liceo Bellini di Novara





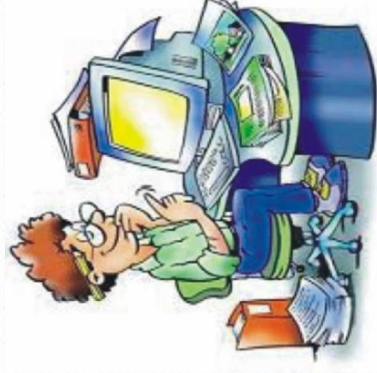
# Sintesi della lezione di oggi

- Ripasso lezioni precedenti
- Intervista: suggerimenti e tecniche
- Focus verticale oppure ampio raggio (missione, prodotti, esempi, valori e futuro...)
- Domande/risposte oppure testo unico e “fluido”
- 4° rivoluzione industriale: esempi e valore per le aziende

# 3° Lezione: L'intervista per presentare nuovi prodotti

- Breve ripasso delle regole per scrivere un articolo e una storia di successo...

Quali sono?





# L'articolo: le 5 W e 1 H

## Ricordate: Semplicità e Sintesi

### Le 5 W:

Who (Chi), What (Cosa), Where (Dove),  
When, (Quando), Why (Perché)

### 1 H: How (Come)

- Le informazioni essenziali, il “succo” va all’inizio, poi si aggiungono i dettagli
- Frasi brevi, scrivere in modo simile al parlato per aumentare naturalezza e scorrevolezza del testo
- Cercare argomenti intriganti, interessanti e “gustosi” (si scrive in modo diverso a seconda del pubblico che legge)





# Notizie...

- “Uomo morde cane” (l’incredibile/il paradossale/il grottesco)
- Le 5 “S”: sangue, soldi, sesso, sport, spettacolo (aggiungiamo la salute?)
- Mente, palato, cuore, ventre
- Novità (rompe la routine)
- Comodità (risparmio di tempo o di fatica)
- Quantità (di gente coinvolta nel fatto)
- Prestigio (celebrità in situazioni quotidiane o persone normali in circostanze straordinarie)
- Praticità (informazioni per risolvere problemi quotidiani)
- Progresso e innovazione (scienza e nuove scoperte)
- Conflitto/Solidarietà (tensioni, emozioni, cuore delle persone)



# La storia di successo

## Struttura:

1. Situazione iniziale con problema da risolvere
1. Soluzione
1. Situazione finale dopo che si è messa in campo la soluzione





# Individuare un problema/nemico

- Il “nemico” è utile per rafforzare l'identità e il senso di appartenenza
- Qual è il nemico di un'azienda?
- Possono esserci tanti tipi di nemici...





# Alcuni esempi

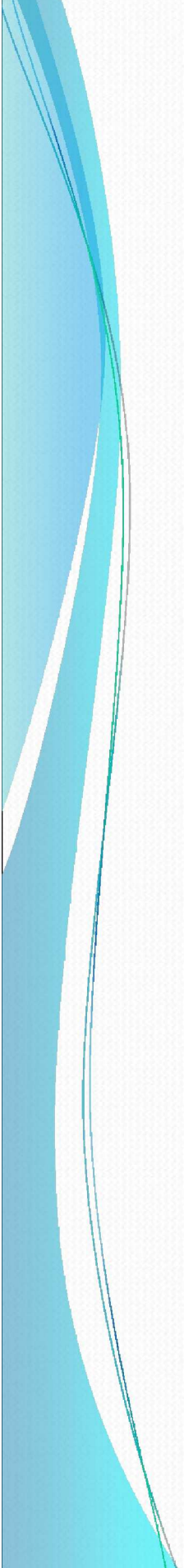
- Perdita di tempo
- Spreco di risorse
- Eccesso di burocrazia
- Perdita di efficienza/di produttività
- Danni all'immagine/al prestigio
- Mancate opportunità di business
- Perdita di dati, danni per sicurezza o privacy...

# Come valorizzare un prodotto/servizio



- Deve emergere il valore aggiunto, il beneficio per l'organizzazione
- **Non solo ciò che il prodotto E', ma anche ciò che FA**
- **PARLARE DEI VANTAGGI PER L'AZIENDA/IL BUSINESS**
- Alcuni vantaggi sono evidenti, altri invece sono più “nascosti” e solo i manager o il personale interno può conoscerli
- Mettere in rilievo o trovare L'UNICITA' del prodotto, il modo in cui riesce a distinguersi dalla concorrenza (Fare, far bene e farlo sapere)





**I problemi più comuni sono condivisi dalle**  
aziende nello stesso settore produttivo: favorire  
**l'identificazione** del lettore nella storia di successo  
(“Anche a me succede così...”)





# Un metodo alternativo

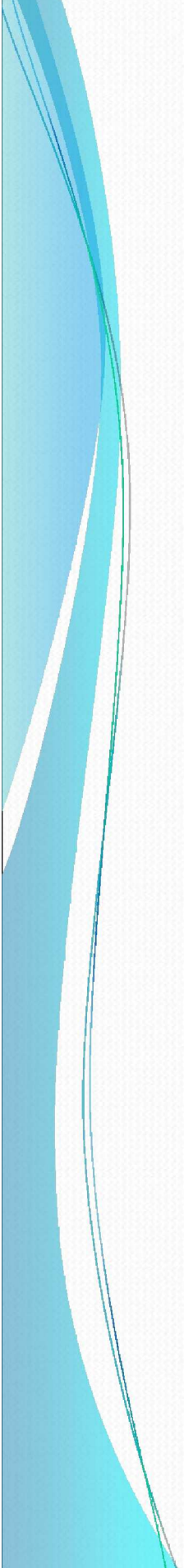
- Utilizzato a volte anche nelle interviste
- Spezza la monotonia di una struttura che si ripete più o meno in modo uguale
- Parliamo di **3 caratteristiche/aggettivi/vantaggi** della nuova soluzione
  - Es.: Soluzione tecnologica, efficiente, efficace perché...
  - Es.: Pratica, efficiente, versatile...
  - Es.: Customizzabile, flessibile, efficace...



# L'intervista

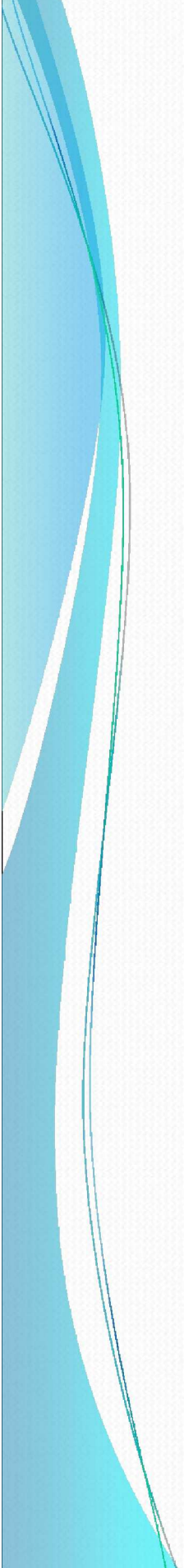
- E' uno dei tipi di testo più frequenti nei giornali e sulle riviste
- Ha lo scopo di conoscere il punto di vista di una persona su eventi o problemi
- Suggestivo: conoscere in anticipo l'argomento per rivolgere all'intervistato le domande giuste, se è il caso facendo l'“avvocato del diavolo” cioè contrapponendo un punto di vista diverso o presentando obiezioni per vivacizzare il dialogo



- 
- **Tecnica (tradizionale) per l'intervista:**  
**Partire dal generale per arrivare al particolare (metodo deduttivo)**

➤ **Es.: “Può fare una breve introduzione sulla vostra azienda, chi siete e cosa fate? Quali sono i nuovi servizi che offrite? Che caratteristiche hanno?...”**





- Se non si conosce l'argomento dell'intervista, è possibile "farsi raccontare" da zero un prodotto o servizio direttamente dall'intervistato (ma è bene avere una conoscenza almeno generale dell'argomento, altrimenti non si può capire il discorso)

- Es.: "Mi può spiegare cosa fa la vostra azienda? In cosa consiste il vostro nuovo servizio? A che bisogni risponde? Come funziona e che caratteristiche ha? Come è nata questa idea? A chi si rivolge e come pensate di svilupparla ulteriormente in futuro?"



# Tanti argomenti possibili

- L'intervista di solito riguarda temi più ampi e diversi rispetto alla storia di successo che si concentra su un caso singolo
- “missione” dell'azienda (il suo obiettivo, il motivo per cui esiste)
- prodotti/servizi
- visione del mercato
- strategia per il futuro
- tecnologie
- valori aziendali (collaborazione, innovazione, attenzione alle esigenze dei clienti...)
- sfide e ostacoli
- concludere con una **visione positiva**, una sfida che apre nuovi orizzonti (uscire dalla “comfort zone”)





# Qualche suggerimento

- Metodo “classico” dell’intervista: domande e risposte
- Il testo viene scritto nello stesso modo: D/R (tanti blocchetti di testo)
- Altrimenti si può scrivere un unico testo: più difficile forse, ma anche più “elegante” (gli argomenti vanno legati insieme e si possono suddividere in paragrafi)
- Di cosa si può parlare:  
Di un po’ di tutto, dal mondo dell’impresa al mondo dei singoli che l’hanno fondata (si aspettavano di creare una realtà di questo tipo? Cosa hanno imparato nel corso della loro esperienza? Cosa si aspettano per il futuro?...)

**VALORIZZARE L’UNICITA’, IL BRAND DELL’AZIENDA E  
OFFRIRE STIMOLI AI LETTORI, SPUNTI DI RIFLESSIONE: “ENTRARE  
NELLA MENTE” DELL’INTERVISTATO**



# Intervista per lanciare

## prodotti/servizi

- Obiettivo: valorizzare il brand
- **Mettere in rilievo i vantaggi del prodotto/soluzione**
- **Mettere in rilievo i pregi dell'azienda/brand:**
- Se è nata da poco: “slancio” della gioventù, freschezza, spirito da startup
- Se è già consolidata: valore della tradizione che si sa rinnovare, autorevolezza e solidità riconosciuta dal mercato
- Far capire al pubblico perché il nuovo prodotto è importante (spesse volte, è il mercato che la vuole, altre invece l'azienda la propone per “svecchiare” la propria offerta; si può anche dare la parola ai clienti stessi facendo interviste multiple...)

# Per esempio...

- E' leader globale nei servizi di telecomunicazione e ha l'ambizione di proporsi come "trusted partner" dei clienti e di supportarne i processi d'innovazione digitale. Bernardo Centrone è Managing director di Orange Business Services, un'impresa "globale e locale insieme" ...  
"E' in corso una **rivoluzione digitale** dirompente", spiega il manager. I nuovi modelli per le imprese  
"abilitano l'innovazione rispettando budget fermi se non in calo".

Ma con l'internet delle cose e la traduzione della realtà in linguaggio macchina, **nel mondo il numero dei dati è destinato a esplodere...** "Le assicurazioni guardano con interesse a speciali device..."

In ambito sanitario esistono invece **pacemaker** che si connettono in rete per il controllo a distanza...

Per non parlare del tema enorme della **smart city**.

La sfida è quindi **concepire nuovi business** nel mondo digitale per **esaltare il valore aggiunto della creatività umana**".

Orange Business Services è un fornitore globale di servizi ... che utilizzano le comunicazioni unificate e l'internet delle cose... "Offriamo ai clienti una **user-experience eccezionale**" ...

Ma il vero focus, conclude Centrone, devono restare le persone...



# Proviamo?

## Intervista di 10-15 righe

- **Chi:**

La Presidente della Camera Laura Boldrini e il Ministro dell'Istruzione Valeria Fedeli

- **Cosa:**

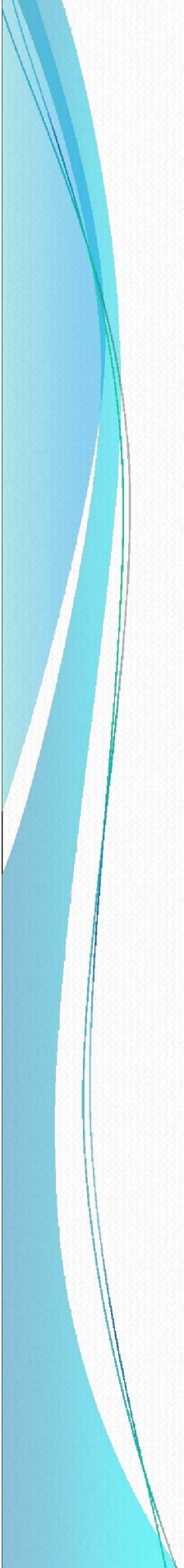
Presentazione di #BastaBufale, primo progetto di educazione civica digitale

- **Come:**

Un decalogo definito dopo l'accordo di maggio tra Camera e Miur, composto da 8 punti (gli studenti dovranno aggiungere gli altri due discutendo su una piattaforma online che verrà aperta a breve). I punti del decalogo sono:

1. Condividi solo le notizie che hai verificato
2. Usa gli strumenti di internet per verificare le notizie
3. Chiedi le fonti e le prove



- 
4. Chiedi aiuto a una persona esperta o a un ente competente
  5. Ricorda che anche internet e i social sono manipolabili (non fidarti di chi non conosci)
  6. Riconosci i tipi e gli stili delle notizie false (titoli drammatici e allarmisti, tanti punti esclamativi)
  7. Hai un potere enorme: usalo bene (diffondere o condividere notizie false può avere conseguenze pesanti)
  8. Dai il buon esempio (crea pagine social, blog o siti per segnalare le bufale che hai scoperto)



- **Quando:**

Martedì 31 ottobre

- **Dove:**

Liceo Visconti di Roma

- **Perché:**

Per contrastare la falsa informazione. Progetto destinato a studenti delle scuole medie e superiori (4 milioni di ragazzi)

- Citazione del ministro Fedeli:

“Gli studenti non devono essere consumatori passivi di tecnologia, ma diventare produttori consapevoli di informazione e conoscenza. La scuola deve insegnar loro a far crescere queste competenze”





# Schema “normale”

- Introduzione dell'argomento (a volte manca)
- Domande: dal generale al particolare
- L'intervistato esprime con parole sue il valore del prodotto
- Si fanno emergere casi concreti, qualche dettaglio, i risultati attesi...
- Conclusione: sguardo ottimista, positivo, sul futuro e prossimi passi



# Per esempio... (domande e risposte immaginate)

- D: Presidente Boldrini, può spiegarci il **significato dell’iniziativa di oggi?**
- R: Aiutare i ragazzi a difendersi in rete, promuovere cultura della corretta informazione
- D: **Come nasce** questa idea?
- R: Vittima io stessa di calunnie in rete. Il digitale va governato e non subito passivamente
- D: **Che risultati** si aspetta?
- R: I ragazzi contribuiranno completando con due nuovi punti il decalogo (coinvolgere la community)
- D: **Quali i prossimi passi** per una vita on-line più consapevole dei giovani?
- R: La scuola deve assumere un ruolo sempre più centrale e affiancare le famiglie. Stampa internazionale ha parlato del nostro progetto e a breve inizieremo a vedere i risultati.

**Scrivere come si parla: periodi brevi**



# Uno sguardo al futuro: la 4° rivoluzione industriale



# Le tappe di un lungo cammino

- 4° rivoluzione industriale: termine coniato dal governo tedesco
- 2011: Hannover Fair (manifestazione sull'industria) lo rende famoso





- 1° rivoluzione (fine '700):** macchina a vapore di James Watt (ottiene energia meccanica dal vapore e dall'energia termica, con carbone, legna o idrocarburi). Trasporti e industria. Vantaggi: meno costi, più potenza
- 2° rivoluzione (inizi '900):** produzione di massa e fordismo-taylorismo. Catena di montaggio e lavoro semplice e ripetitivo (anche alienante). Vantaggi: Produzioni elevate, aumento dei salari
- 3° rivoluzione (anni '60-'70):** primi computer in fabbrica e personal computer: Olivetti Programma 101 (*Perottina*, da Pier Giorgio Perotto) e mainframe (IBM) per elaborazione dati in modo centralizzato (affidabilità, sicurezza, no fermo macchina)
- 4° rivoluzione (oggi):** smart manufacturing, collegamento in rete, Internet delle cose, automazione (gli oggetti e i macchinari si scambiano dati tra loro)



# Smart manufacturing: il digitale applicato in azienda



- Idea centrale: **le macchine “parlano” tra loro**, si scambiano dati e informazioni, interagiscono in una logica di sistema attraverso la rete internet
- Come? Attraverso sensori
- Cosa può essere connesso? Tutto...
  - Animali, campi coltivati e vigne, persone, veicoli, macchine industriali, edifici, lampioni, vestiti, tutti gli oggetti e le “cose” che sono intorno a noi
- **Rivoluzione: il digitale “pervasivo” apre possibilità finora impensabili**





# Ambiti d'applicazione

- Produzione di beni e servizi (ambito industriale)
- Salute e assistenza a distanza
- Smart city
- Domotica (automazione in casa)
- Trasporti e infrastrutture
- Marketing e comunicazione
- Intrattenimento e giocattoli
- ...



# Per esempio...

- **Apple Research Kit** (conoscenze e scoperte cliniche su vasta scala: ricerca scientifica e cura dei pazienti, diagnosi di bambini con autismo, monitoraggio morbo di Parkinson)
- **iRhythm** di SuddenLife (cerotto per frequenza cardiaca)
- Settore assicurativo: le **black box** delle macchine (sensori per monitorare comportamento alla guida, velocità veicolo...)
- **Domotica**: controllo citofono da remoto (a distanza), comandare tapparelle se sole/pioggia, accendere forno, controllare frigo e ordinare on-line...
- **Wearable device**: fitness, sport, tempo libero (bracciali o tessuti con sensori incorporati, rilevazione parametri fisiologici, consigli per migliorare le performance...)





# Altri esempi

- **Facebook** (telepathic texting per comporre messaggi pronunciando solo le parole chiave)
- **Hamburger sintetico** (cellule staminali create in laboratorio)
- **Pistola “smart”** (spara solo se riconosce le impronte digitali del suo proprietario)
- **Droni per agricoltura di precisione** (sensori che rilevano dimensione dei frutti, distribuzione acqua nei campi, inviano i dati ai computer che regolano le macchine rotanti per l’irrigazione)
- **Tombino “intelligente”** (sensori per i livelli dell’acqua, rilevazioni e allerta alle squadre di manutenzione...)
- **Treno “smart”** (video-analisi, live face-matching per black list antiterrorismo, rilevazione oggetti abbandonati, rilevazione di comportamenti sospetti, messaggi marketing targettizzati)



# Aeroporto del futuro

- Scenari 4.0 per il 2018:
- **Faccia** (dati biometrici come distanza degli occhi, profilo naso, forma della bocca) **per fare check in**, spedire i bagagli e imbarcarsi (no passaporto)
- **Bagagli** con radiofrequenza digitale (geolocalizzazione su tablet o smartphone per sapere dov'è)
- **Robot** per imbarcare i bagagli
- **Servizi on-line** a bordo dell'aereo (messaggistica, streaming, navigazione in rete)
- **Monitoraggio** costante del velivolo e **manutenzione predittiva**
- **Realtà aumentata** per trovare i punti di interesse in aeroporto
- **Notifiche** dei negozi/prodotti preferiti, dove trovarli in aeroporto, scontistiche...





# Vantaggi dell'industria 4.0

- Produrre dati per migliorare il servizio.

Pensiamoci: per l'azienda e per il consumatore, qual è il valore?



# Alcuni spunti...

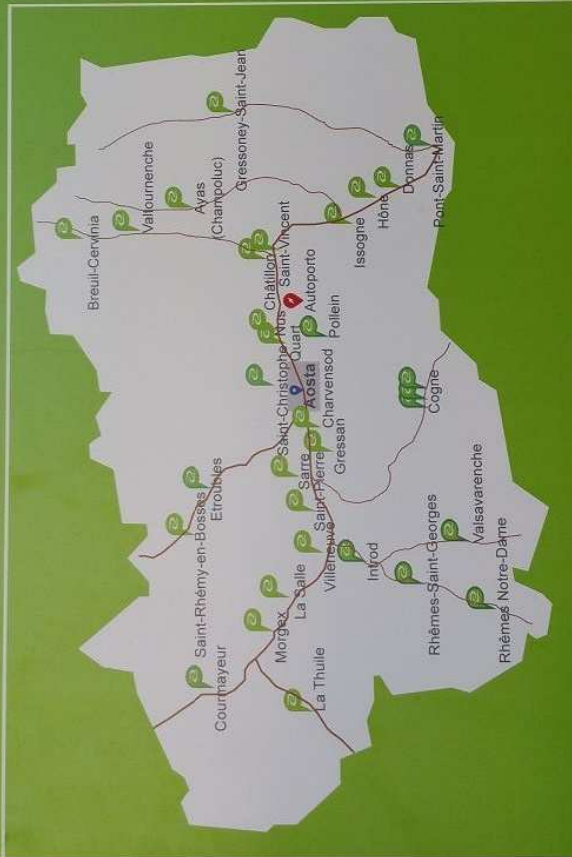
- Analisi dei dati: efficienza dei processi
- Ridurre gli sprechi (sfruttare le fasce orarie più convenienti durante i picchi di produttività)
- Ottimizzare i consumi di energia (lampioni smart, si illuminano solo se e quando serve)

**Industria 4.0 e internet delle cose**  
**Obiettivo: SAPERE per POTER AGIRE**











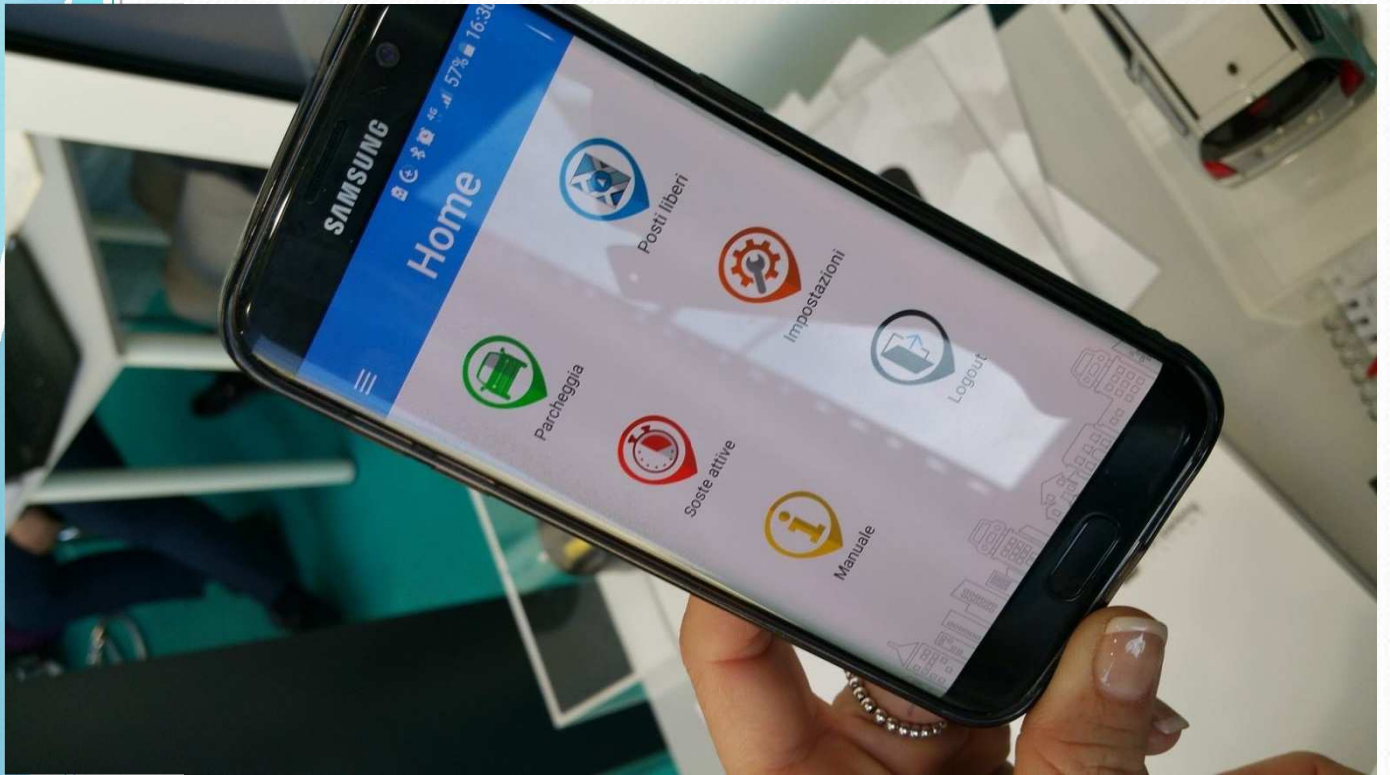
# E-via! Rete di ricarica veicoli elettrici

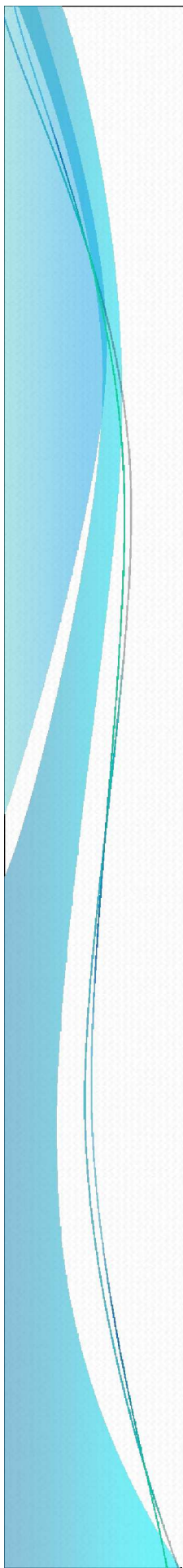


- Stazioni di ricarica**
- 1. Corso San-Marino-Corshens
  - 2,3. Piazza della Repubblica
  - 4. Corso Lancieri di Aosta
  - 5-9. Piazza Arco D'Augusto
  - 7. Via Guido Rey
  - 8,9. Via Piavecca
  - 10. Regione Bognalile
  - 11. Via Lavoratori Vittime Col di Mont
  - 12. Piazza E. Duber
  - 13. Via G. Garibaldi

- Legenda**
-  Stazione di ricarica a 2 prese, 2XTipo2, 22kW
  -  Stazione di ricarica a 4 prese, 2XTipo2, 22kW; 2XTipo3A, 3.5kW
  -  Stazione di ricarica progetto "Strade Verdi"
  -  Stazione di ricarica "City Porto"
  -  Comune di Aosta: 13 stazioni di ricarica
  -  Supercharger: Tesla Aosta





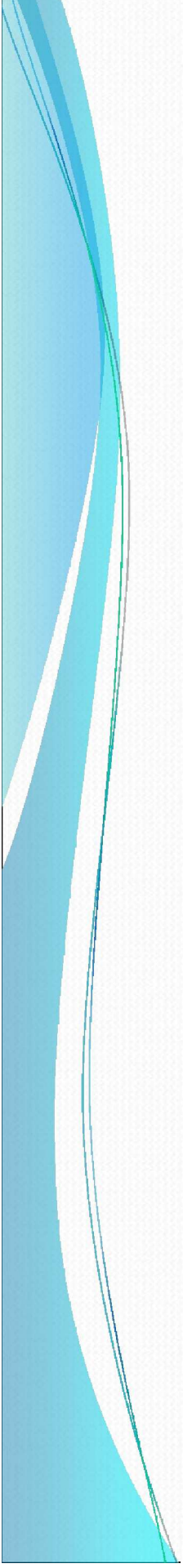






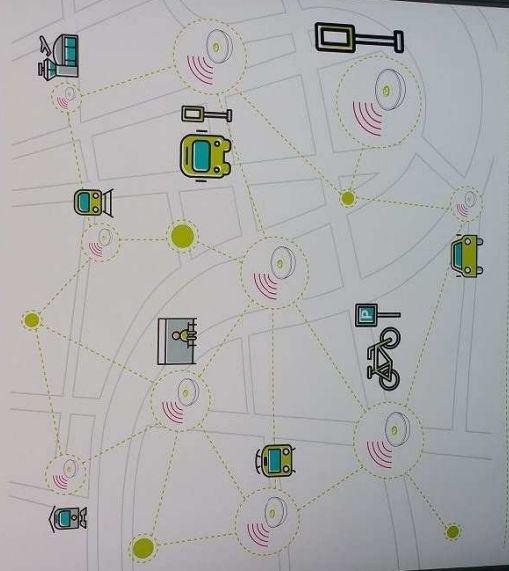








# DIGITAL ENGAGEMENT POWERED BY SMART CITY PHYSICAL NETWORKS



**60** CONNECTED  
CITIES

**+130 K** CONNECTED  
POINTS

ACROSS **6** COUNTRIES  
USA | FRANCE | SPAIN  
ITALY | GERMANY | BRAZIL



[www.connectthings.com](http://www.connectthings.com)



@Connectthings

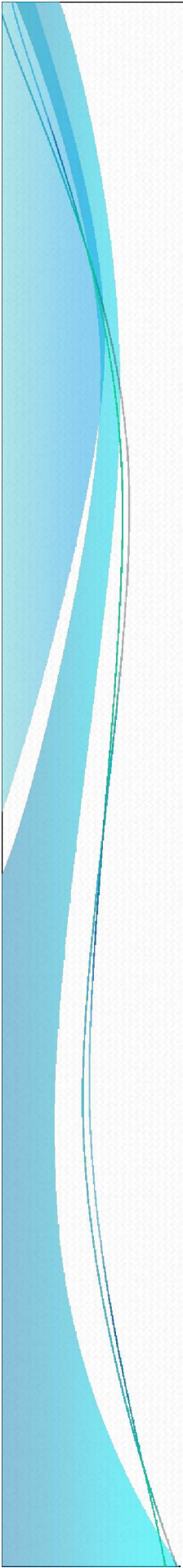


[www](http://www.connectthings.com)

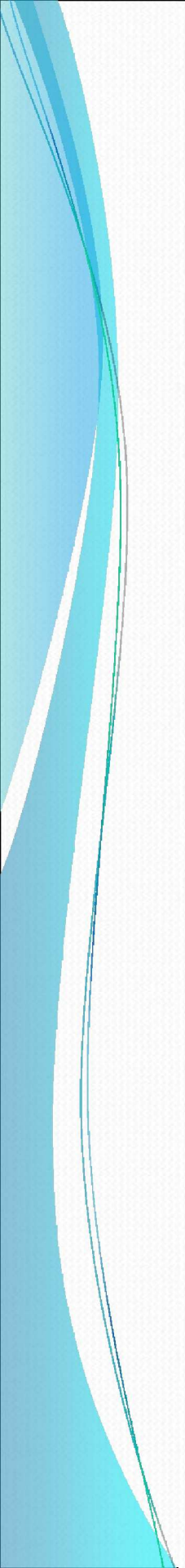












# Infotainment sulla macchina





# Risponde alla tua voce. E ai tuoi gesti.

CarPlay è nato per accompagnarti alla guida: puoi controllarlo con Siri, ma anche con il touchscreen e con gli altri comandi dell'auto. E le app che possono farti comodo in macchina sono state ripensate per CarPlay, così puoi usarle tenendo le mani ferme sul volante e gli occhi fissi sulla strada.



## Siri

Per attivare Siri, devi solo tenere premuto il pulsante del controllo vocale sul volante.



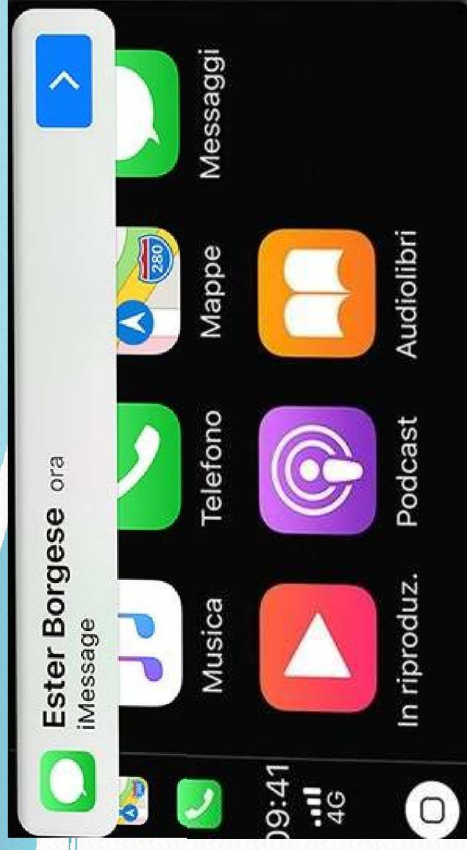
## Tocco

Se la tua auto compatibile CarPlay ha anche un touchscreen, puoi usarlo per controllare CarPlay.

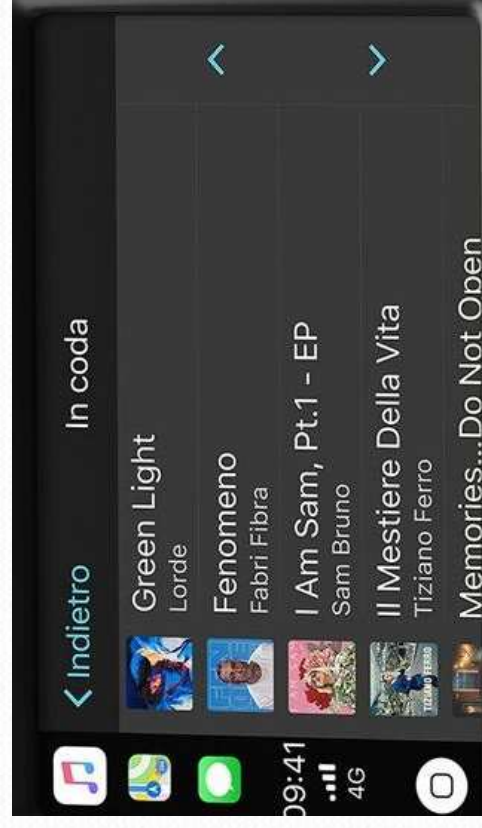


## Manopole e pulsanti

CarPlay funziona anche con tutti i comandi che controllano normalmente il display dell'auto.



- Mappe
- Telefono
- Messaggi
- Musica





# Infografica

## INDUSTRY 4.0

I nostri clienti: sistemi industriali sempre più complessi e interconnessi a livello globale

### CLUSTER FORNITORI



- > Sicurezza per ("internet based manufacturing")
- > Allungamento del ciclo vita dei prodotti tecnologici

### Cloud Computing



### BIG DATA

- > Gestione della complessità
- > Creatività
- > Manufacturing collaborativo



### 3D PRINTING / ADDITIVE MANUFACTURING

- > Eliminazione degli scarti
- > Mass customization
- > Rapid prototyping



### MANOTECNOLOGIE / MATERIALI AVANZATI

- > Prodotti a valore aggiunto intelligenti
- > Differenziazione tecnica



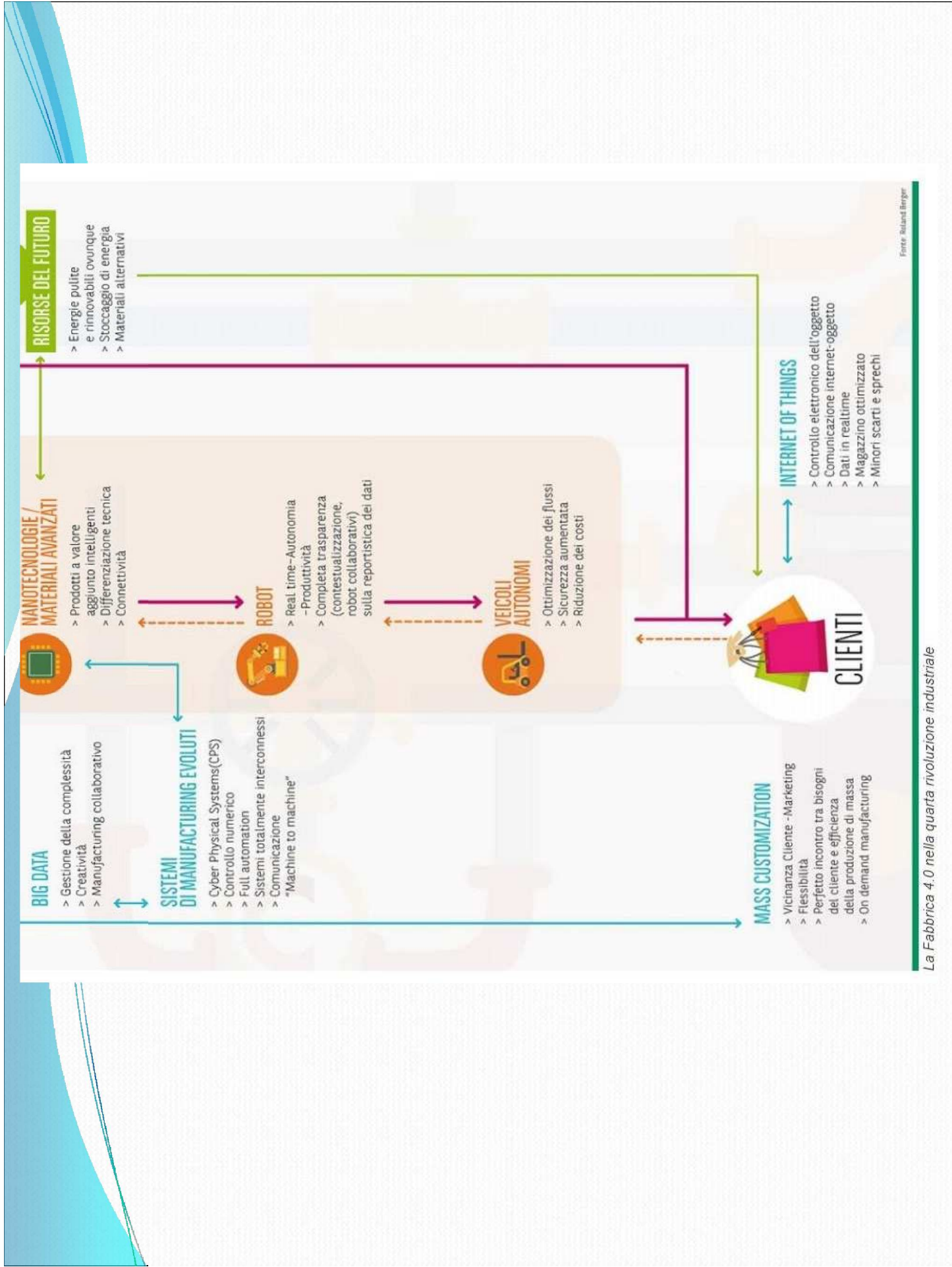
### LOGISTICA 4.0

- > Catena di fornitura pienamente integrata
- > Sistemi interconnessi
- > Perfetta coordinazione



### RISORSE DEL FUTURO

- > Energie pulite e rinnovabili ovunque
- > Stoccaggio di energia



**RISORSE DEL FUTURO**

- > Energie pulite e rinnovabili ovunque
- > Stoccaggio di energia
- > Materiali alternativi

**MANOTECNOLOGIE / MATERIALI AVANZATI**

- > Prodotti a valore aggiunto intelligenti
- > Differenziazione tecnica
- > Connettività

**ROBOT**

- > Real time-Autonomia -Produttività
- > Completa trasparenza (contestualizzazione, robot collaborativi) sulla reportistica dei dati

**VEICOLI AUTONOMI**

- > Ottimizzazione dei flussi
- > Sicurezza aumentata
- > Riduzione dei costi

**INTERNET OF THINGS**

- > Controllo elettronico dell'oggetto
- > Comunicazione internet-oggetto
- > Dati in realtime
- > Magazzino ottimizzato
- > Minori scarti e sprechi

**CLIENTI**

**MASS CUSTOMIZATION**

- > Vicinanza Cliente - Marketing
- > Flessibilità
- > Perfetto incontro tra bisogni del cliente e efficienza della produzione di massa
- > On demand manufacturing

Fonte: Roland Berger

La Fabbrica 4.0 nella quarta rivoluzione industriale



# Trasformazione dell'industria

- **Da produzione di massa a produzione personalizzata (flessibilità)**
  - customizzazione, just in time e a richiesta (anche con stampa 3D)
- **Da prodotti a servizi**
  - non più 20 macchinari industriali, ma  $n$  ore di produttività dei macchinari
- **Manutenzione predittiva**
  - risolvere il problema prima ancora che si presenti
- **Informazioni sull'utilizzo effettivo dei prodotti**
  - funzioni utili/inutili, nuove funzionalità...



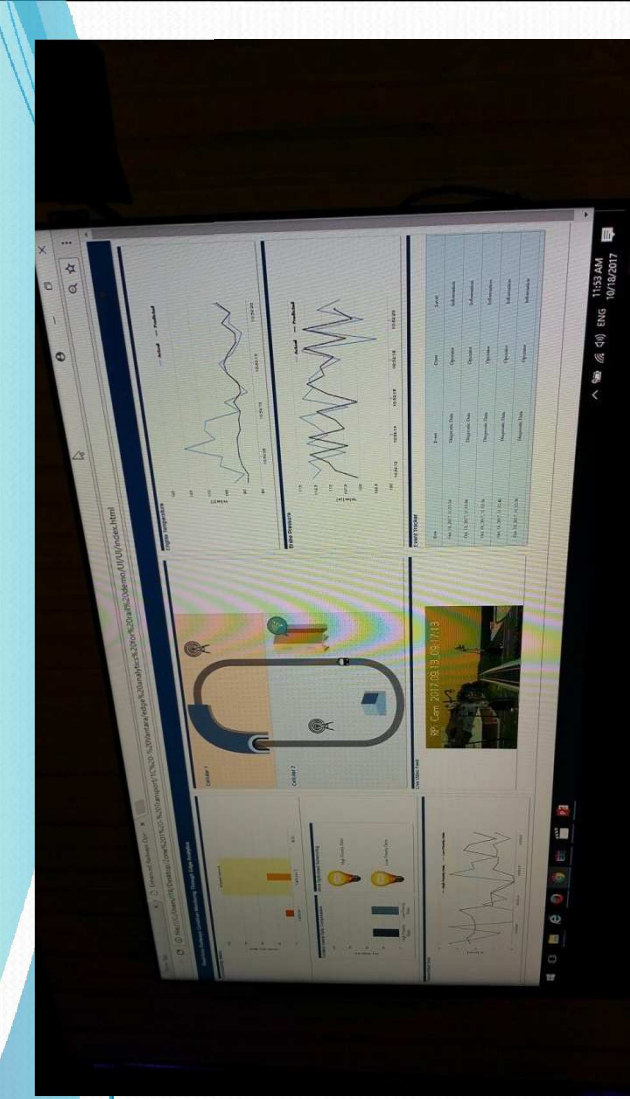
**DAL DATO ALL'INFORMAZIONE  
(CONOSCENZA=VALORE)**





# Alcune sfide di fronte a noi

- Aumento popolazione mondiale
- Aumento anziani
- Riscaldamento globale
- Efficienza energetica
- **La tecnologia può aiutare? Secondo molti, SI'**





# TCM

TRAIN CONGESTION MONITORING



Congestion Level  27/09/2017 22:09

CAMERA 1

ESTIMATING CONGESTION LEVEL AND PEOPLE FLOW

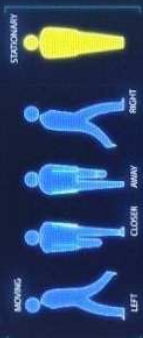


## REPLACING WITH ICONS

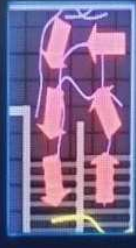
STEP



12:19 23:09  
34  
82.4



PEOPLE TRAJECTORY



# MPS-AI

MULTI-PERSPECTIVE SEARCH WITH ARTIFICIAL INTELLIGENCE



PERSONALIZED  
ADVERTISING

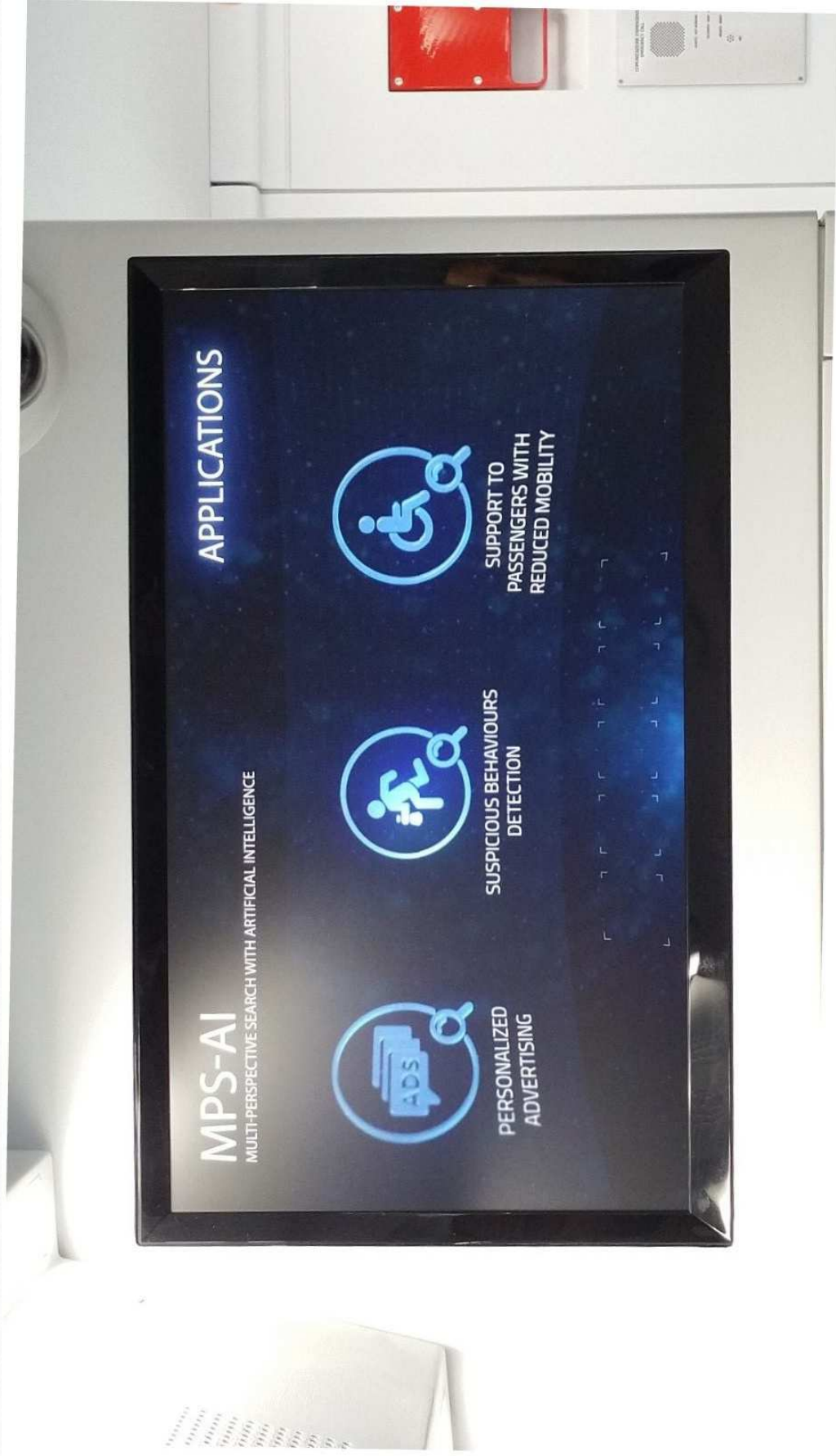
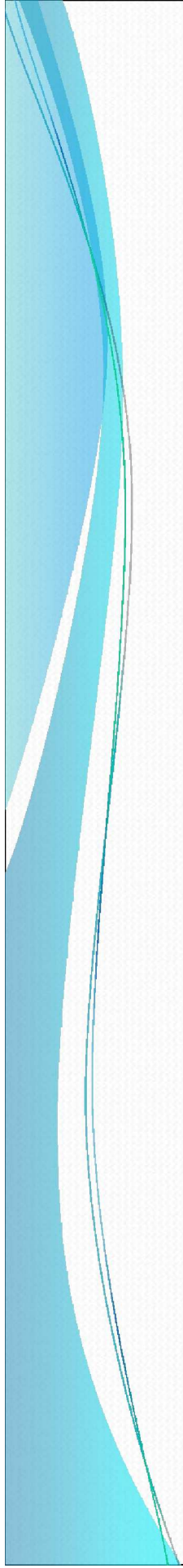


SUSPICIOUS BEHAVIOURS  
DETECTION



SUPPORT TO  
PASSENGERS WITH  
REDUCED MOBILITY

## APPLICATIONS





# Pericoli dell'automazione: che fine fanno i lavoratori "umani"?

- **McKinsey** (società di consulenza):
  - 50% dei lavori possono essere svolti da intelligenza artificiale
  - 60% dei lavoratori a rischio dimezzamento lavoro
- **Ocse** (Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico):
  - 10% dei lavori verrà cancellato
- **World Economic Forum** (politica ed economia internazionale):
  - 1 milione di posti di lavoro spariranno



# Come sopravvivere alla rivoluzione?

- L'innovazione non può fermarsi, quindi...
- Possibili soluzioni:
  - “cavalcare la tigre” digitale
  - Aggiornare skill e competenze
  - Rendersi “indispensabili”: la creatività umana non può (per ora) essere copiata



# Qualche curiosità...

- Hello Barbie Doll: la bambola connessa (wifi e speech recognition per chat con i bambini e ologramma)

<https://www.youtube.com/watch?v=GIQBjxEOcY>

- Nike Air Mag (scarpe che si allacciano da sole)

[https://www.youtube.com/watch?v=xQLb\\_uwWzj8](https://www.youtube.com/watch?v=xQLb_uwWzj8)

- Samsung IoFit (scarpe smart e “digital trainer”)

<http://hi-tech.leonardo.it/samsung-iofit-la-scarpa-sportiva-intelligente/>

# Macchine parlanti e piante che

twittano

**INDYCHATBOT MOVES YOUR BUSINESS TO THE ERA OF INDUSTRY 4.0**

connected by **Alleantia**

**ITALTEL**  
powered by **Cisco**

**Indy Chat Bot**

connected by **Alleantia**

it allows to **interact directly with machine tools** using a natural language



# B



Home Chi siamo

Hai un account? [Accedi](#)

Cerca su Twitter



## Botanicals

@botanicals

Giving plants a voice!

New York, NY

botanicals.com

Iscritto a febbraio 2008

Tweet **22** Following **148** Follower **409**

[Segui](#)

### Tweet Tweet e risposte



**Botanicals** @botanicals · 19 giu 2011  
New Botanicals code supports current versions of Arduino. adds stability. improves networking. code.google.com/p/botanicals/...

1 Reply 5 Retweets 4 Likes



**Botanicals** @botanicals · 17 mar 2011  
New Botanicals kits from @sparkfun are here! Your plant tweets when thirsty. thanks you when watered: http://sparkfun.com/products/10334

1 Reply 1 Retweet 1 Like



**Botanicals** @botanicals · 27 mag 2009  
CNET wants to interview a current Botanicals user. If you have a tweeting plant and like talking on TV, let us know.

1 Reply 1 Retweet 1 Like



**Botanicals** @botanicals · 21 feb 2009  
Current Moisture: 78%

1 Reply 1 Retweet 1 Like



**Botanicals** @botanicals · 20 feb 2009  
Current Moisture: 77%

1 Reply 1 Retweet 1 Like



**Botanicals** @botanicals · 19 feb 2009  
Current Moisture: 52%

1 Reply 1 Retweet 1 Like

### Nuovo su Twitter?

Iscriviti ora per ottenere la tua cronologia personalizzata!

[Iscriviti](#)

### Potrebbero piacerti

Aggiorna



**nycresistor** @nycresistor

**Media & Technology** @AAM\_MediaTech

**Superflux** @Superflux

**David A. Mellis** @mellis

**Quitterie** @Quitt3ne

### Tendenze in Mondo

**#Salvados21D**  
37700 Tweet

**#XFactor**  
76600 Tweet

# Com'è la situazione da noi? Droni e realtà virtuale sulla Cupola

**COMUNE DI NOVARA**  
Assessorato ai lavori pubblici  
Servizio Lavori Pubblici  
Unità programmatrice, direttore lavori/interlocutore beni culturali

**COMUNE DI NOVARA**  
Assessorato ai lavori pubblici  
Servizio Lavori Pubblici  
Unità programmatrice, direttore lavori/interlocutore beni culturali

**Museo Basilica di San Gaudenzio - percorsi di visita**  
**Sala compasso**  
**Quota 27,40 metri**

**SOLAI CALPESTIO SALA COMPASSO**  
STRATO DI PATTO

**SOLAI SUPERIORE SALA COMPASSO**  
POST ADEGUAMENTO

Adeguamento dinamico del solaio di calpestio: adeguamento della struttura esistente sottoposta a forzante verticale distribuita istantanea

Adeguamento dinamico del solaio superiore: adeguamento della struttura esistente sottoposta a forzante verticale distribuita istantanea

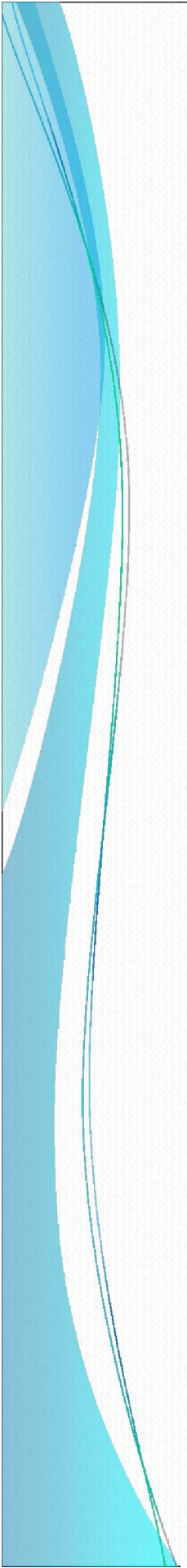
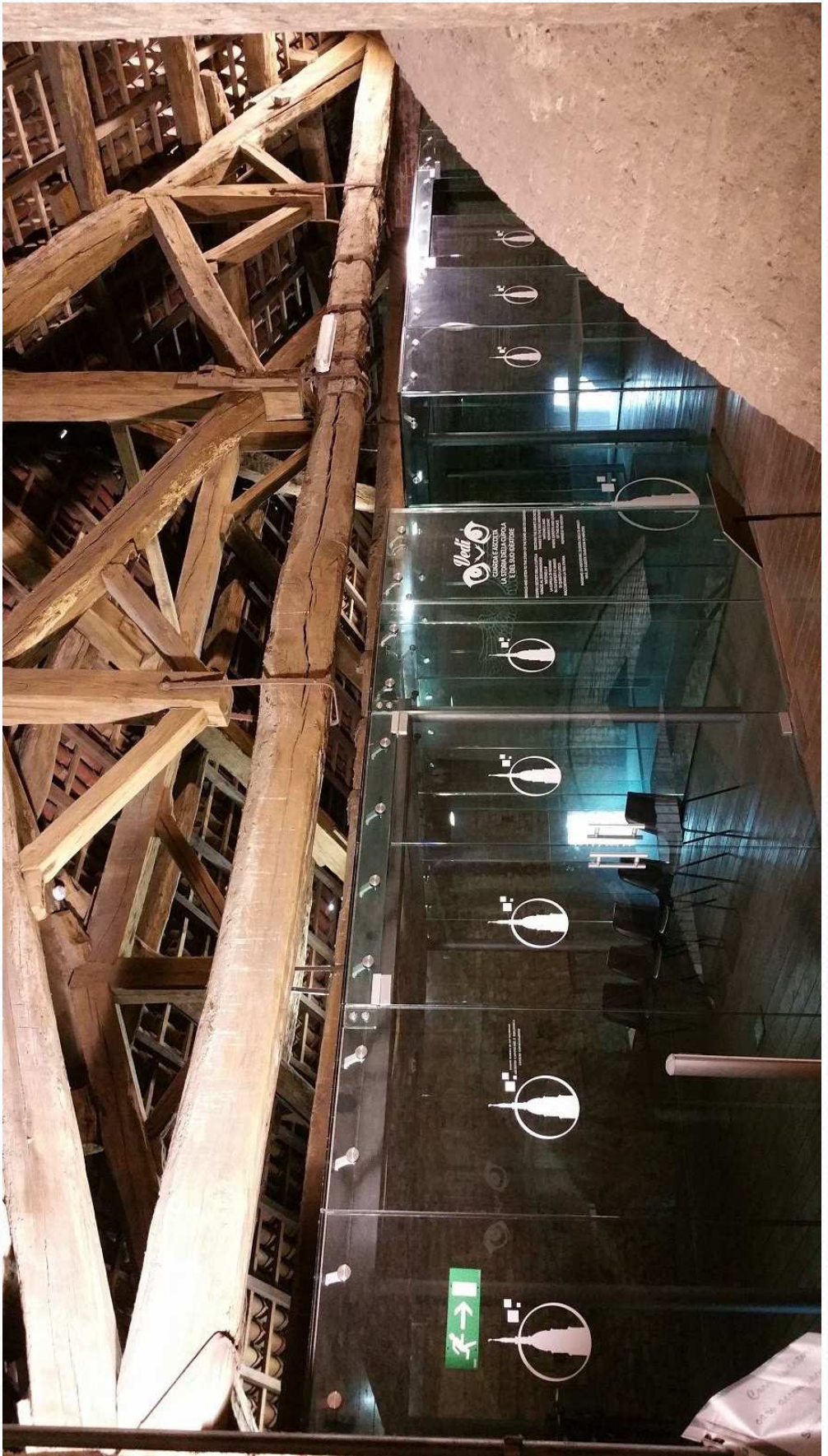
Struttura esistente a inizio lavori

Particolare struttura solaio

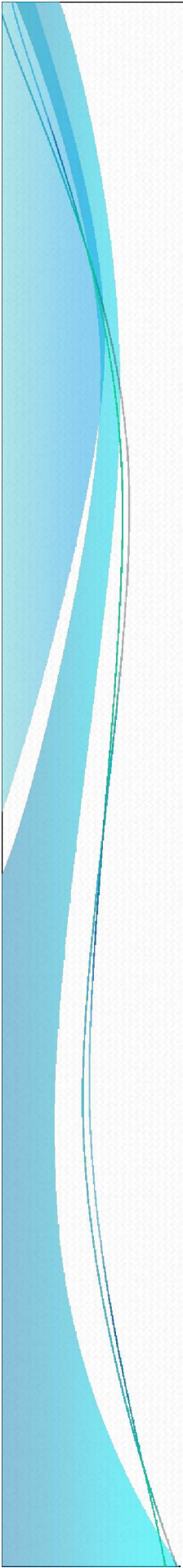
A Fila lavori Perita solaio: 200 kg/mq

**REGIONE PIEMONTE**  
Banca Popolare di Novara

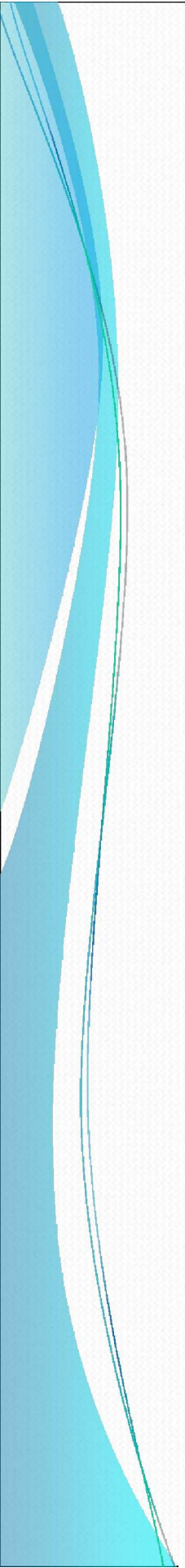


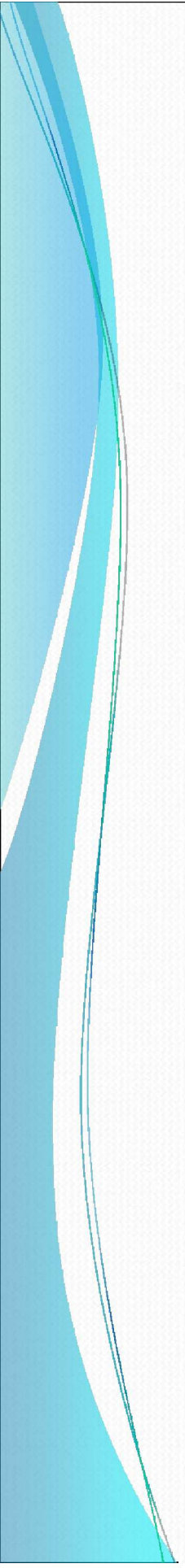








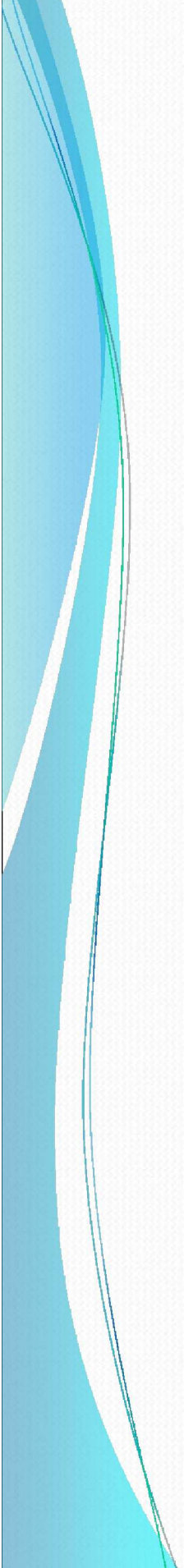




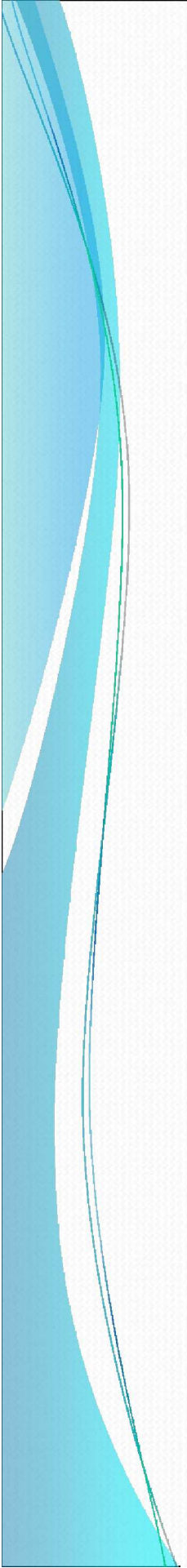


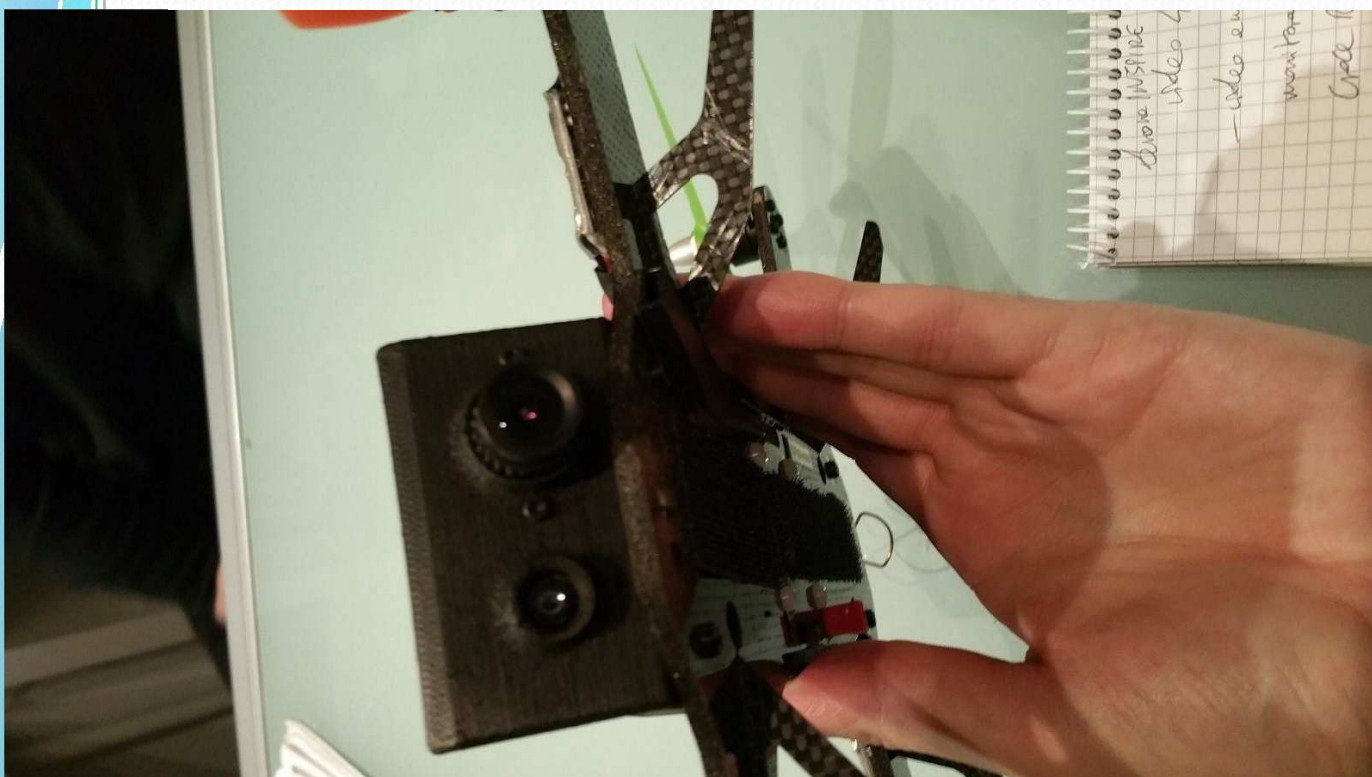
# Professione Droni (Omegna)



- 
- Pionieri dei droni (2012-13) con Geo Skylab
  - Procedura burocratica per usi professionali
  - 2015 nasce Professione Droni
  - Video “emozionali” e marketing, sorveglianza, ricognizione siti, soccorsi
  - Telecamere termiche, termocamere, parchi fotovoltaici, fotogrammetria e agricoltura di precisione
  - Droni aria, acqua, terra
  - Comunicazione: punto di vista diverso, impossibile all’operatore umano e all’elicottero, fluidità delle riprese

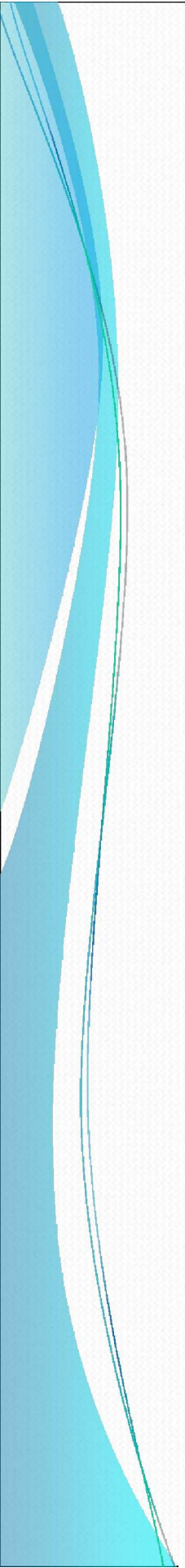
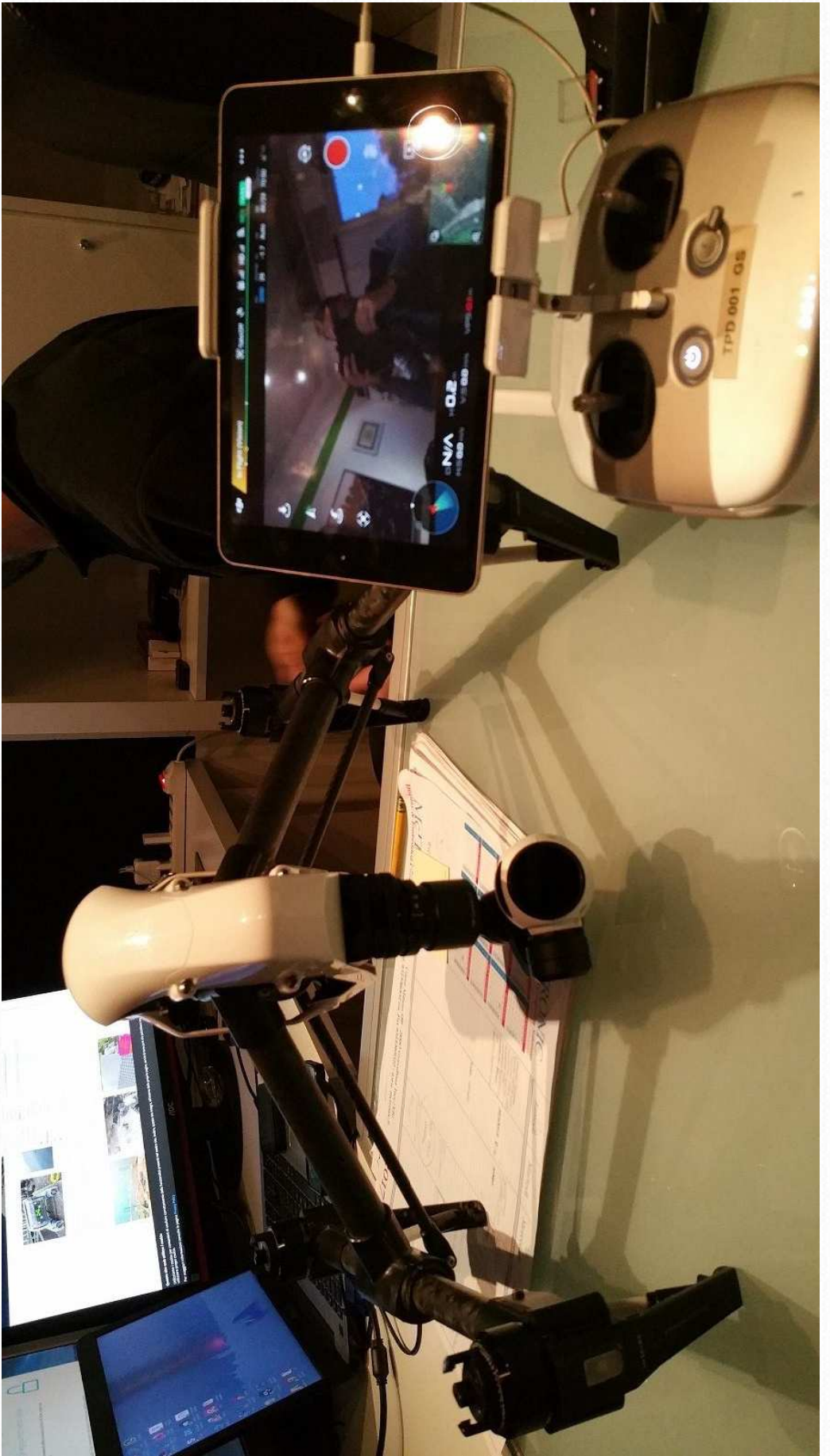






DIY INSTITUTE  
video 2  
- video en  
monitor  
Crate 1

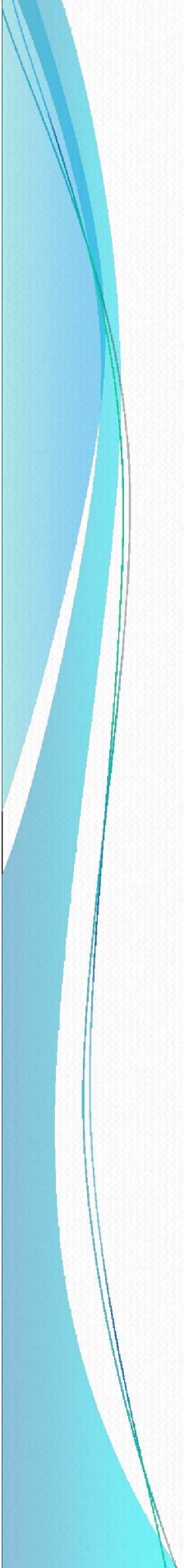


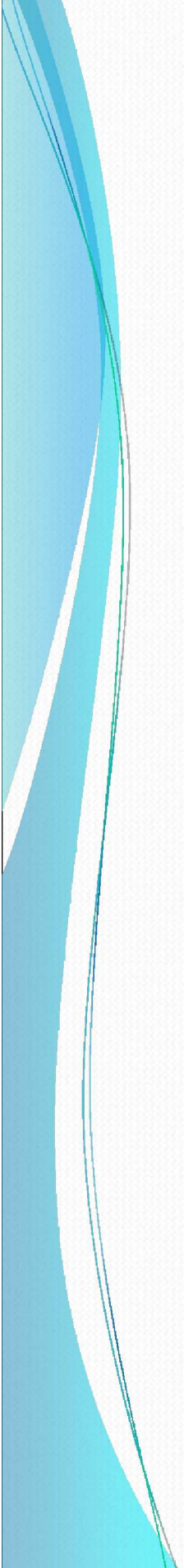


# La parola a Lorenzo Lener di Enne 3





- 
- Fare innovazione è facile? Niente affatto
  - Il supporto alle imprese richiede fatica, non sempre ripaga e a volte è rischioso
  - Startup: competenza tecnico-scientifica, tutto il resto va costruito
  - Complessità: dare supporto finanziario, marketing, amministrazione...
  - Inizia attività nel 2009: 34 imprese, 5-6 nuove aziende all'anno
  - Business plan/impresa/ricerca innovazione sviluppo
  - Startup innovative: l'industria della conoscenza

- 
- Target: progetti dal mondo dell'università, dei giovani, dei disoccupati
  - Fatturato complessivo 3 milioni Euro dell'ecosistema Enne 3
  - Comunicazione: la stampa "distorce" o "sporca" i messaggi (evitare intermediari)
  - Aziende locali in buona salute: Ain, Igor, Comoli Ferrari, rubinetterie, Francoli
  - Futuro di Enne 3: allargare le attività fuori Novara





**start up, start now**  
la tua idea diventa impresa

# 3 CASA DELLA PORTA

Gli incubatori di idee:

NOVARA



Via Dante, 6 - 28100 Novara  
[www.enne3.it](http://www.enne3.it)



Via Pier Lombardo - 28100 Novara  
[www.casasistnovara.it](http://www.casasistnovara.it)

ARONA



Via Ilario, 80 - 29041 Arona  
[www.meltinpop.it](http://www.meltinpop.it)

BORGOMANERO



Via Minci, 7 - 28021 Borgomanero  
[www.spaziovigil.it](http://www.spaziovigil.it)



Via Minci, 7 - 28021 Borgomanero  
[www.medialablab.com](http://www.medialablab.com)



ve do gio va ne

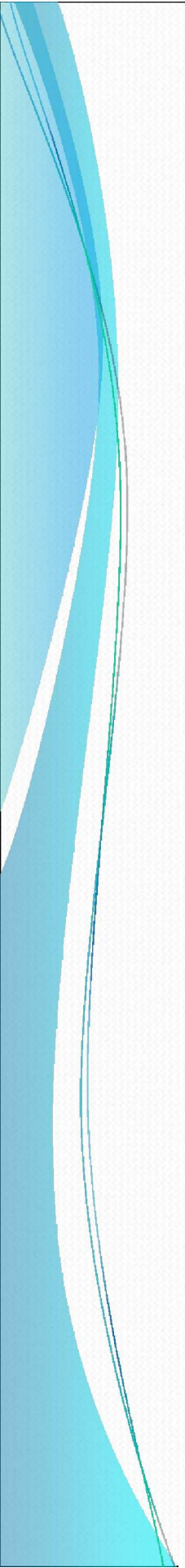
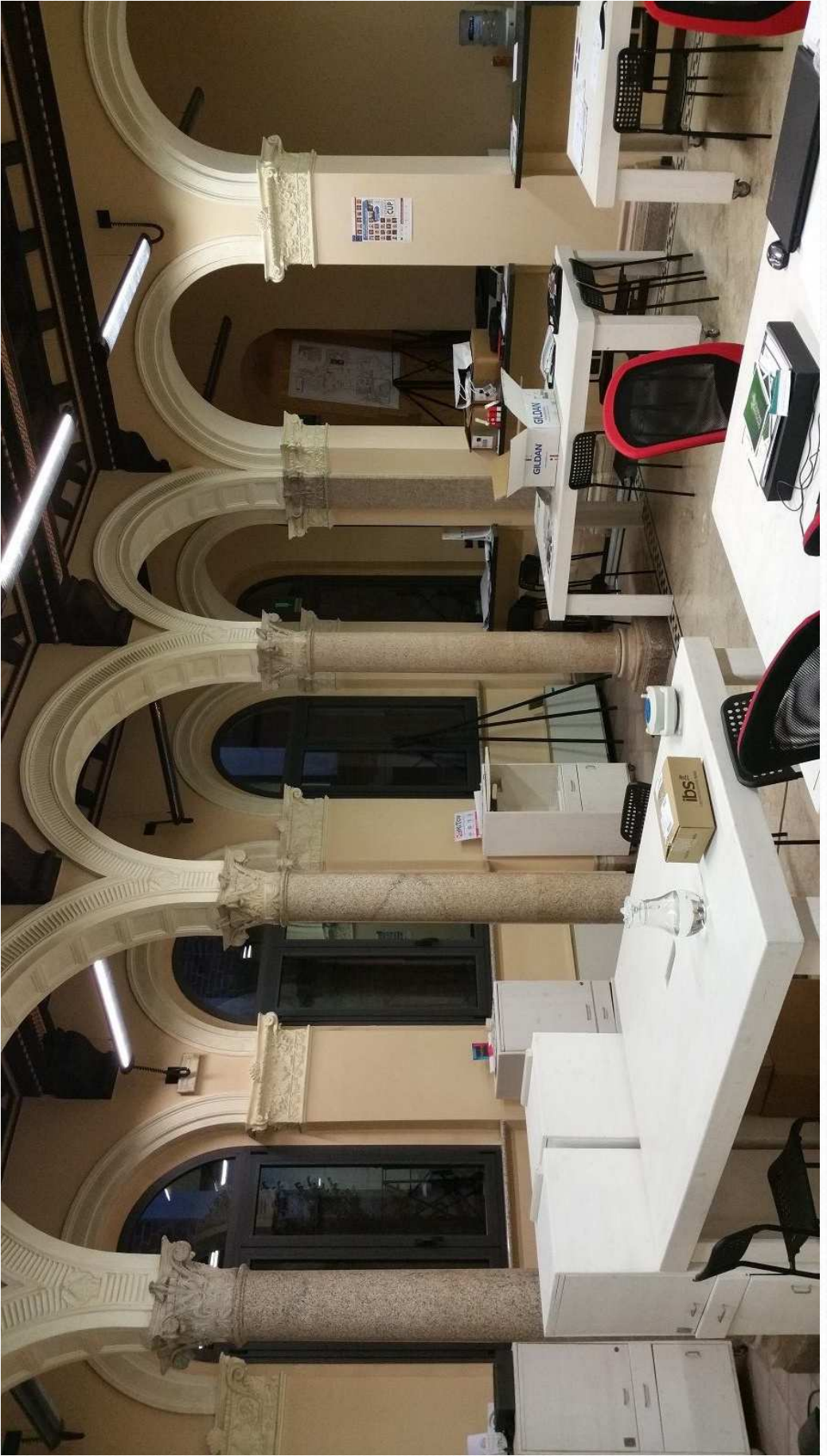


In collaborazione con:















fondi strutturali e di investimento europei 2014-2020  
FONDO SOCIALE EUROPEO

**VEDI UN'OPPORTUNITÀ?  
TI SENTI IMPRENDITORE?**



**START CUP**  
Piemonte Valle d'Aosta  
XI EDIZIONE - ANNO 2016  
CONCORSO DI PROGETTI  
DI START UP INNOVATIVE

**PUNTA IN ALTO**  
[www.startcup-piemonte-vda.it](http://www.startcup-piemonte-vda.it)



**ALLIAN MASTER  
ARTUP AWARD**  
Maggio 2016

**E 12 FINALISTE**



# Intervista su industria 4.0: proviamo? 10-15 righe

- Scegliete voi un prodotto/soluzione che vi piace (anche inventata)
- 1. **Breve introduzione** dell'argomento
- 2. **D:** La vostra soluzione è tra le più innovative. **Ci spiega perché?**  
R: Ne siamo orgogliosi. I problemi che risolve sono XYZ. Si rivolge al mercato/al settore dei (wearable device, macchine per caffè, collari per geolocalizzare gli animali, manutenzione predittiva cioè in anticipo dei treni prima dei guasti...)
- 3. **D:** Quali sono i principali **vantaggi?**  
R: Consente risparmi di tempo e di risorse, è un esempio di perfetta collaboration uomo/macchina. In più, il valore percepito dai clienti aumenta il valore stesso del brand (fare bella figura con la clientela)
- 4. **D:** Come svilupperete il vostro mercato **in futuro?**  
R: Abbiamo in mente di collaborare con altre aziende per creare un eco-sistema. Per esempio... (app per controllare a distanza, per guadagnare tempo..)



## Oppure: intervista (immaginaria) al Sig. Higashihara (CEO Hitachi)



- **Chi:** il CEO di Hitachi in persona, Toshiaki Higashihara di Hitachi (Giappone) e Trenitalia
- **Cosa:** Treno regionale Rock
- **Come:** Video-analisi (live face-matching per individuare sospetti nella black list; rilevazione oggetti abbandonati; rilevazione comportamenti sospetti; app con messaggi targettizzati)
- **Dove:** Italia
- **Quando:** 2019
- **Perché:** usare il digitale e l'internet delle cose nel settore mobilità e nei trasporti per offrire un servizio migliore
- **Perché l'Italia:** l'Italia è un mercato strategico per tutta l'Europa. Avere una solida presenza qui per stringere partnership per il futuro



➤ **Breve introduzione dell'argomento:**

Un treno innovativo e “connesso”, nato dalla partnership tra il colosso giapponese Hitachi e Trenitalia. Sono tante le funzionalità a bordo del treno regionale Rock, e il CEO di Hitachi in persona, Toshiaki Higashihara, ce le ha raccontate in un'intervista esclusiva.

➤ D: La vostra soluzione è tra le più innovative. **Ci spiega perché?**

➤ R: Ne siamo orgogliosi. Si colloca in pieno nella nuova era dell'internet delle cose e del digitale. Si rivolge al settore dei trasporti offrendo una customer experience eccezionale.

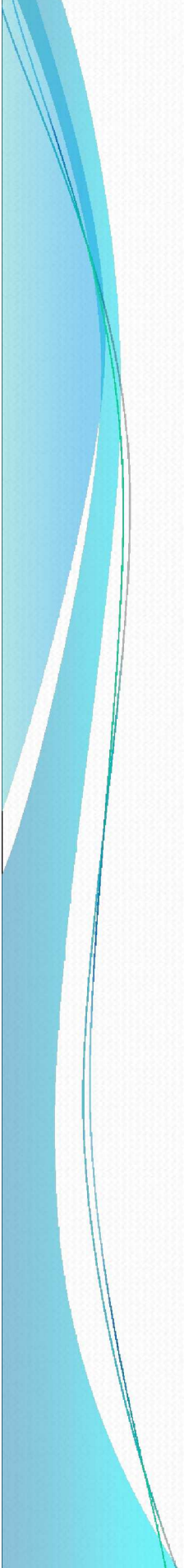
➤ D: Quali sono i **principali vantaggi?**

➤ R: Tecnologie per la sicurezza dei passeggeri, funzioni anti-terrorismo, recupero oggetti smarriti, marketing customizzato. Trasportiamo i clienti nella nuova era della customer experience

➤ D: Come svilupperete il vostro mercato **in futuro?**

➤ R: Abbiamo in mente di collaborare con altre aziende per creare un eco-sistema e di usare l'Italia come trampolino di lancio per espanderci in Europa...



- 
- Immaginate un blocchetto di 4-5 domande e risposte
  - Scrivete l'intervista come una “**chiacchierata**” tra voi e l'intervistato (con o senza le domanda, l'importante è il discorso)
  - **Strumenti del mestiere:** registratore audio digitale o piccola telecamera. Fotografare e documentare l'incontro (materiali: testi + foto/video + audio)
  - **Fare approvare** il virgolettato all'intervistato
  - Mettere tra virgolette **l'essenza del suo discorso**
  - **Fraasi brevi:** scrivere in modo simile al parlato