



GELLIFY S.r.l. a socio unico
VAT: 03636511200
Via Cristoni 88
Casalecchio di Reno
Bologna - Italia

Cala il sipario su "EXPLORE - The Future of Work", evento annuale della business community di GELLIFY, che si conferma come un interlocutore ideale dell'ecosistema dell'innovazione nella "Terza Wave" di Internet


Milano, 07.11.18 - Si è chiusa venerdì 19 ottobre la seconda edizione di **"EXPLORE - Innovation and Design Trends"** evento annuale della piattaforma di innovazione B2B GELLIFY che si è svolto **giovedì 18 e venerdì 19 ottobre presso l'Openzone di Bresso**, il Campus dedicato alle Scienze della Vita alle Porte di Milano.

Il focus di approfondimento di quest'anno è stato **"The Future of Work"** e si è discusso, grazie al coinvolgimento di Top Manager, Ricercatori e Leader di Pensiero di intelligenza artificiale, robotica, genomica e blockchain, di quali sviluppi dobbiamo aspettarci nel futuro prossimo del lavoro e del rapporto tra l'uomo e la macchina nelle organizzazioni e nella società.

Explore - The Future of Work ha visto la partecipazione di oltre 170 aziende e più di 250 partecipanti, 23 partner tecnici, 360 download dell'app GELLIFY EXPLORE in soli due giorni ed oltre 70mila visualizzazioni video sui social.

Fabio Nalucci - CEO e Founder GELLIFY - ha aperto i lavori della prima giornata dal titolo *Think* (18 ottobre) con un talk provocatorio incentrato sul parallelismo tra la metafora del "razzo", che rappresenta l'attuale percezione esterna rispetto ai temi dell'innovazione e quella del "fango", cioè la realtà quotidiana delle organizzazioni, siano esse startup, aziende corporate o investitori, che operano nell'ecosistema. In Italia non abbiamo infatti ancora raggiunto una massa critica che consenta di incidere sulla crescita delle startup su cui si investe: si pensi che si investono in media 2 dollari in venture capital pro capite, contro i 20 dollari della Spagna e i 40 della Francia. Uno dei motivi chiave è rappresentato dalla scarsa propensione delle aziende tradizionali e corporate di riuscire ad andare oltre delle mere operazioni di marketing collegate all'ecosistema delle startup.


"Come GELLIFY avevamo dei piani ambiziosi e stiamo crescendo oltre ogni rosea previsione - ha aggiunto Nalucci - *perché ci siamo trovati a giocare in un terreno di*



gioco, ovvero con una focalizzazione nel B2B e competenze specifiche nell'area, dove non esiste avversario. E credo che questo rappresenti la chiave dei risultati raggiunti sinora".

Accenture Italia - partner principale dell'edizione 2018 - ha presentato i risultati della propria ricerca sulla forza lavoro del futuro dal titolo "*Future Workforce*" a cura di **Stefano Trombetta**, Managing Director di Accenture Strategy, Talent e Organization Lead, secondo la quale nei prossimi 3 anni l'intelligenza artificiale sarà ampiamente usata nello svolgimento di mansioni lavorative. Nonostante ciò l'Italia resta l'unico Paese tra gli undici analizzati da Accenture nel quale i datori di lavoro e i manager ritengono che ciò comporterà una riduzione del tasso di occupazione. In US, Cina, Brasile, Germania, Francia, India, Regno Unito, Spagna, Australia e Giappone si ritiene invece che il tasso di occupazione e il costo del lavoro aumenteranno nei prossimi 3 anni proprio in virtù di una maggiore applicazione dell'intelligenza artificiale in ambito lavorativo. Il motivo è da riscontrare nel fatto che *"le aziende italiane sono più focalizzate sugli aspetti di automazione e risparmio - afferma Trombetta - mentre non considerano un'altra area ad ampio potenziale che noi chiamiamo 'The Missing Middle', ovvero una nuova alleanza uomo-macchina che permetterà di creare nuove opportunità dal punto di vista della qualità e dei servizi erogati da un lato e di valorizzare la componente 'human' dall'altro".*

Anche **Barbara Cominelli** - COO, Marketing and Operations Director di Microsoft Italia - ha condiviso con la platea alcuni interessanti numeri che riguardano le potenzialità dell'intelligenza artificiale per le imprese e per il Paese: si stima che possa aumentare la crescita del Paese dell'1% l'anno in termini di PIL. Inoltre *"l'80% delle imprese si dice molto interessato a sviluppare progetti di intelligenza artificiale - ha dichiarato Cominelli - ma attualmente solo il 15% delle imprese se ne sta occupando in Italia. Per questo motivo Microsoft Italia ha lanciato un progetto dal titolo "Ambizione Italia" per accompagnare le imprese nel percorso verso l'intelligenza artificiale, sviluppando le competenze".*




Cosimo Accoto - Research Affiliate al MIT di Boston - si è soffermato sulle tre dimensioni dell'automazione, ovvero l'automazione robotica che performa alla pari o meglio degli esseri umani, la produzione della conoscenza grazie alle reti neurali artificiali che sta trasformando molte professioni e saperi e le modalità con cui oggi le imprese organizzano il lavoro attraverso le cosiddette "piattaforme", trasformando profondamente le modalità di relazione con dipendenti e professionisti.

"Nel futuro - chiosa Accoto - vedremo nuovi tipi di lavoro che ancora non ci immaginiamo e sarà d'obbligo ridisegnare i sistemi educativi ed informativi. Secondo le indicazioni recenti del World Economic Forum le prime tre skill in graduatoria sono pensiero creativo, pensiero critico e pensiero della complessità, tipiche dei saperi umanistici e del sapere filosofico".

Nel proprio talk dal titolo *"Processi intelligenti per prodotti intelligenti"* **Stefano Tascone** - Managing Director di Accenture Digital, Industry X.0 Lead - ha presentato i 3 pilastri sviluppati da Accenture Italia per implementare una strategia data-driven nelle organizzazioni: raccolta dei dati, elaborazione dei dati, processo decisionale.

Barbara Caputo, Fisico e Professore associato al dipartimento di Ingegneria Informatica dell'Università "La Sapienza" di Roma ed attualmente ricercatrice all'IIT - Istituto Italiano di Tecnologia, ha condiviso con la platea i limiti attuali dell'intelligenza artificiale su cui si concentra oggi la sua ricerca e che connotano l'unicità dell'intelligenza umana, ovvero ciò che nel linguaggio specialistico viene chiamato rappresentazione metamodale e che riguarda la capacità di creare, immaginare e quindi interpretare un'azione.

Per **Luca De Biase** - giornalista, saggista e Direttore di Nòva - le previsioni sul lavoro nel futuro e sulla sostituzione dell'uomo con le macchine diventano difficili, viste le numerose fonti che condividono dati e ricerche. Molti lavori cambieranno, ma pochi saranno totalmente superati dal cambiamento tecnologico ed organizzativo (si stima solo il 5%). *"Nel futuro prossimo - ha aggiunto De Biase - cambierà certamente il concetto di lavoro, ma il lavoro come espressione della capacità umana probabilmente non sarà in crisi. Le tre economie della conoscenza, della cura e delle piattaforme non saranno sostituibili".*




Marco Bulgheroni, VP Global R&D and Design di Electrolux Professional, ha presentato **3GM²**, formula che ha sviluppato durante tutta la propria esperienza lavorativa e che si compone di quattro elementi utili ad affrontare le sfide del futuro. Quattro elementi abbastanza noti, che sono *geography, generation, gender* e *man-machine* ma che, integrati, rappresentano la vera sfida del futuro legato alla diversità culturale, anche nel rapporto tra l'uomo e la macchina.

L'intervento di **Ferdinando Ametrano Professore Associato del Politecnico di Milano e dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca** dal titolo "*Bitcoin, The Digital Gold Experiment*", si è focalizzato sull'emergere dell'equivalente digitale dell'oro, noto a tutti come "bitcoin". *"Questo passaggio - ha sottolineato il Prof. Ametrano - caratterizza un cambiamento di paradigma culturale, che segna una transizione da una sicurezza centralizzata, che genera forme di consenso validate da un certificatore centrale, ad una sicurezza decentralizzata, che genera forme di consenso distribuito"*.

Giovanni Rizzo, Chief of Innovation Division ZCube-Zambon, ha condiviso con la platea alcune considerazioni sull'applicazione dell'artificial intelligence nelle scienze della vita e su come gli algoritmi possano cambiare il modo di creare farmaci, di dare supporto al paziente, creare e fornire terapie digitali al paziente che possono migliorarne la qualità della vita. Secondo Rizzo la sfida è nella corretta integrazione tra l'uomo e la macchina affinché queste nuove terapie risultino efficaci.

Andrea Landini, Managing Partner e Head of Community di GELLIFY ha concluso i lavori della prima giornata (*Think*) con un messaggio che ha confermato quanto condiviso dall'intervento introduttivo di Fabio Nalucci, CEO e Founder di GELLIFY.

"Stiamo operando in una fase nuova, quella che Steve Case ha definito «Third Wave» di Internet. - ha esordito Landini - Si tratta di una nuova era in cui la presenza della Rete in ogni ambito, servizio e prodotto non rappresenterà più l'elemento distintivo di un determinato prodotto ma diventerà una commodity".




Ciò che diventerà distintivo (in parte lo è già), sarà l'ibridazione tra mondo digitale e fisico e la capacità che avranno le aziende tradizionali, che insieme alle istituzioni regolatrici rappresentano i cosiddetti "gatekeeper" del mondo analogico, di saper portare nei prossimi vent'anni le caratteristiche del digitale in ambiti analogici, come il tessuto manifatturiero, dei trasporti, della salute e della finanza.

"In questo scenario che si sta delineando - ha concluso Landini - le aziende della old economy possono scegliere se subire l'invasione nei loro ambiti da parte del nuovo establishment digitale rappresentato da colossi come Amazon, Google e Facebook, oppure se posizionarsi come partner ideale per le nuove startup per fare innovazione". Per rispondere in maniera continuativa e sistematica alle sfide della Terza Wave è infatti necessario che nascano delle piattaforme di innovazione con delle specifiche caratteristiche quali la verticalità su specifici ambiti, la focalizzazione delle startup che dovrebbe spostarsi da una mera strategia di crescita alla monetizzazione e la visione degli investitori nelle scelte di investimento in startup, meno finanziaria e più imprenditoriale, dimostrandosi in grado di creare nuove imprese innovative e profittevoli in maniera seriale, piuttosto che ricorrere il sogno dell'unicorno, spesso utilizzato come alibi per giustificare tassi di fallimento elevati delle startup finanziate. *"GELLIFY - ha aggiunto Landini - rappresenta un esemplare di questa nuove specie di organizzazioni ibride e vere e proprie piattaforme che coniugano la capacità di supportare le startup dal punto di vista finanziario e delle competenze in tutti gli ambiti del business, nel nostro caso con una scelta della nicchia relativa al software B2B".*

La seconda giornata di EXPLORE (19 ottobre) denominata *Build*, è stata interamente dedicata a quattro nuovi workshop tematici tenuti dai Managing Partner di GELLIFY che condividono le proprie testimonianze dirette.

"La sfida del workshop «Build a Data-Driven Strategy» era ambiziosa: progettare come estrarre valore dai dati per un'azienda manifatturiera in un paio d'ore. - afferma Michele Giordani, Managing Partner e Direttore Marketing and Strategy di GELLIFY - I 50 partecipanti hanno collaborato con grande entusiasmo e, senza che ci fossero data scientist in sala, hanno creato progetti pronti alla valutazione di fattibilità e all'implementazione. Il risultato dimostra che la data monetization può essere molto




più immediata di quanto si pensi e una risorsa per aziende di tutti i settori, anche in questo caso, lontano dalla Silicon Valley".

*"Nel corso del nostro workshop «Build an Agile Product Roadmap» - dichiara **Gianlugi Martina, Managing Partner e Chief Technology Officer di GELLIFY** - abbiamo utilizzato modelli decisionali propri della filosofia Agile insieme ad elementi di Design-Thinking e Product Design per arrivare ad un sistema di riferimento unico che ci guidi alla costruzione della Roadmap a partire dall'idea di business. Grazie al contributo di tutti abbiamo raggiunto l'obiettivo: creare una Roadmap di prodotto in ottica Agile in sole tre ore e abbiamo sperimentato l'utilizzo di strumenti pratici per realizzare una pianificazione efficace in un contesto complesso e in rapida trasformazione".*

*"I partecipanti hanno toccato con mano tecnologie emergenti offerte da partner d'eccezione, tra cui Comau, Iuvo, Univet e Cyber Dyne. - afferma **Lucia Chierchia, Managing Partner GELLIFY e Direttore del verticale i4.0 di GELLIFY** - Durante il workshop «Build an Intelligence for Industry 4.0» abbiamo disegnato insieme casi d'uso di valore, affinché esoscheletri, smart-glasses, artificial intelligence e chatbot non siano semplici esperimenti pilota, ma un nuovo blocco del piano industriale delle aziende."*

*"Le aziende che vogliono cogliere appieno la sfida dell'innovazione non possono trascurare l'importanza del fattore umano. - dichiara **Marcello Coppa, Managing Partner e Direttore dell'area Innovation Advisory e Interactive di GELLIFY** - Le persone sono una straordinaria opportunità per generare e diffondere la cultura dell'innovazione e al contrario una cultura poco ricettiva e poco aperta all'innovazione in azienda può costituire un vincolo. I 50 partecipanti al workshop «Build an Innovation Culture» hanno esplorato le caratteristiche delle organizzazioni più creative al mondo ed appreso in una mattinata di lavori ad identificare e rimuovere le barriere all'innovazione interne alle organizzazioni e a costruire una cultura dell'innovazione".*

Partner dell'edizione 2018 di "Explore - The Future of Work" **Accenture Italia, Z-Cube-Zambon Research Venture e OpenZone, Intesa Sanpaolo Innovation**



Center, Electrolux, Industrie De Nora, Coop Lombardia, HRC Group, lo Studio legale Gianni, Origoni, Grippo, Cappelli & Partners, lo Studio di consulenza fiscale Pirola Pennuto Zei & Associati e Datalytics, attuale startup del portfolio GELLIFY.

Tra aziende, investitori ed istituzioni hanno partecipato attivamente JP Morgan, Vertis, Lamborghini, Falck Renewables, Vodafone, CRIF, Pirelli, Cisco, Infront Sports and Media, Unicredit Group, Centro Medico Santagostino, FNM Group, NTT Data, Axa Group, Cameo, Ariston, Sapio Group, Alenia Aermacchi, Tetrapak, Brembo, UBI Banca, Badenoch and Clark, BPER Banca, Goodyear, Regione Lombardia, Grunenthal, Future Food Institute, Fratelli Beretta, Snam, Vorwerk, Banca Carige.

About GELLIFY

GELLIFY è la prima piattaforma di innovazione B2B in grado di connettere le start-up software digital alle aziende tradizionali. GELLIFY garantisce accesso a investimenti, competenze e network, fattori chiave che abilitano la crescita delle start-up.

Opera tramite 3 business unit:

- GELLIFY, dedicata alla gellificazione delle start-up che abbiano già espresso traction nel mercato;
- GELLIFY AIR, focalizzata sui programmi di innovazione delle aziende italiane, per creare un flusso di innovazione che congiunga imprenditori digitali ed imprenditori tradizionali con un verticale sull'Industria 4.0 e un verticale sul Fintech;
- GELLIFY INVESTMENT, composta da un team di sei investitori che si posiziona accanto ai principali venture capitalist italiani come capacità di investimento in start-up.

Partner delle operazioni di GELLIFY per il 2018 lo Studio di consulenza tributaria e legale Pirola Pennuto Zei & Associati (www.pirolapennutozei.it) con il partner Stefano Tronconi e il Junior Partner Luca Neri e lo Studio legale Gianni, Origoni, Grippo, Cappelli & Partners (www.gop.it) con il partner Federico Dettori e l'associate Rodrigo Boccioletti, nell'ambito delle attività della practice Gop4Venture.

Contatti GELLIFY

Corporate Communications

Daniela Abbondanza

Tel 342 0982305 • daniela.abbondanza@gellify.com

www.gellify.com