



3DEXPERIENCE

DS 3D EXPERIENCE

S. Zagatti - NUOVAMACUT

Nuovamacut - La nostra azienda

Fondata
1955

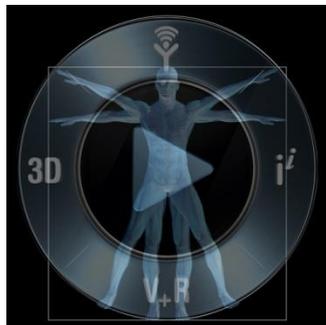
Sede Centrale
Reggio Emilia

Uffici in Italia
10

Persone
140



3DS - La nostra azienda



Una società scientifica

Al servizio di **scienza, tecnologia e arte** per una società sostenibile



12.000 persone impegnate

- 106 nazionalità
- R&S mondiale/34 laboratori
- Un'unica piattaforma software



190.000 imprese clienti

- 12 settori industriali in 140 Paesi
- Oltre 10 milioni di utenti con soluzioni installate
- Oltre 100 milioni di utenti online



3.500 partner

- Ricerca e formazione
- Software e tecnologia
- Vendite e servizi



Visione di lungo termine

- Controllo dell'azionista di maggioranza
- **Ricavi: \$ 3,1 mrd***
- Margine operativo: 31,6%*

* Non-IFRS

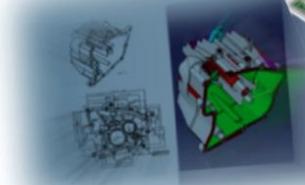
3DS - La nostra presenza



- 34 laboratori R&D
- Uffici 3DS (140) e principali partner commerciali

3DS - La nostra storia

3DS.COM © Dassault Systèmes | Confidential information | 10/6/2015 | ref: 3DS_Document_2012



3D
Design

V3



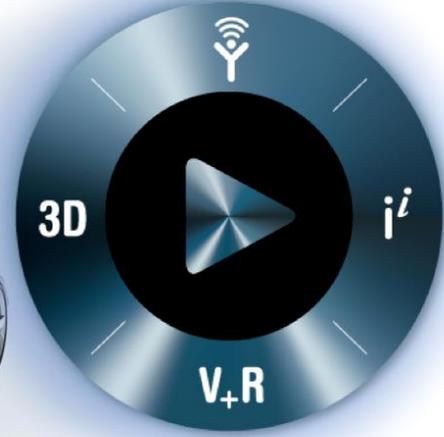
3D DMU
Digital Mock-up

V4



3D PLM
Product Lifecycle
Management

V5



3DEXPERIENCE

V6

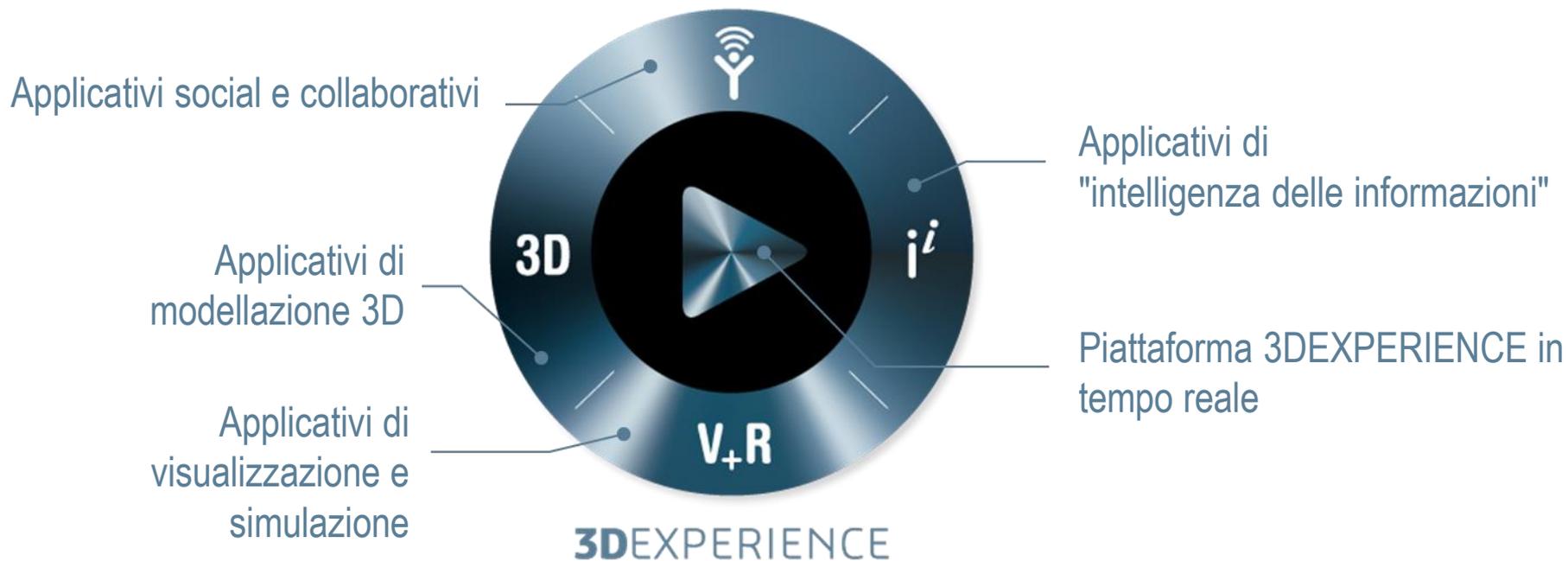
Perché la piattaforma 3DEXPERIENCE?

Per consentire ai nostri
clienti di creare
esperienze uniche per i
loro consumatori o clienti
finali



on premise,
on-line,
in public or
private cloud

Elementi chiave della nostra Piattaforma

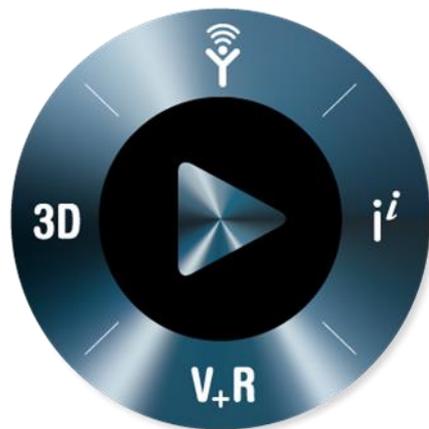


La nostra Piattaforma 3DEXPERIENCE



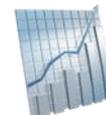
La nostra Piattaforma 3DEXPERIENCE

Un portafoglio di esperienze
per diversi settori industriali



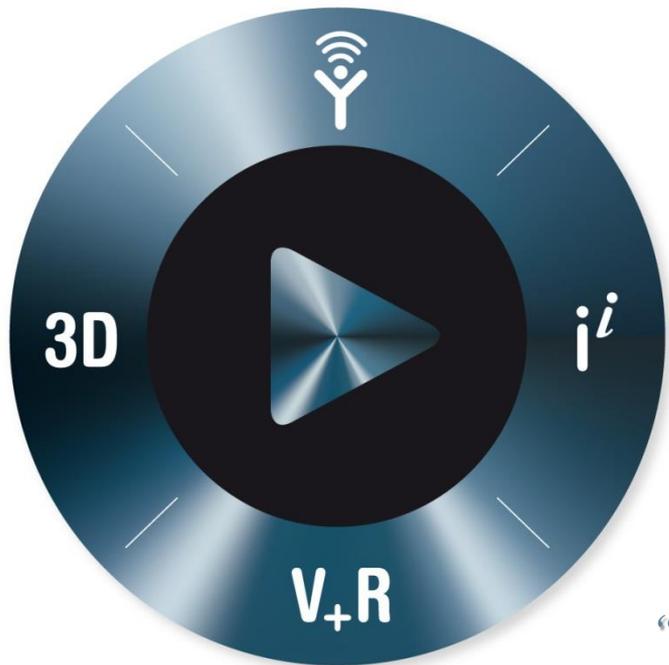
Al servizio di
12 settori industriali

3DEXPERIENCE



I nostri clienti... presenze importanti in ogni settore

	TRASPORTI E MOBILITÀ	 RENAULT  TOYOTA   HONDA  
	AEROSPAZIALE E DIFESA	 BOEING  DASSAULT  EADS  SAFRAN  Bell Helicopter
	NAVALE E OFFSHORE	 DELTAMARIN  MEYER WERFT  ISONAVAL S.L. 
	MACCHINE E IMPIANTI INDUSTRIALI	 BOBST GROUP  CLAAS  metso  ABB 
	HIGH-TECH	 NOKIA  Nikon  Panasonic ideas for life  ST  LG 
	PRODOTTI DI LARGO CONSUMO	 GUESS  UNITED COLORS OF BENETTON  GAP  PATEK PHILIPPE GENEVE  s.Oliver 
	PRODOTTI DI CONSUMO CONFEZIONATI	 P&G  Barilla  Coca-Cola  amcor 
	BIOSCIENZE	 OLYMPUS  Medtronic  GE Healthcare  SANOFI 
	ENERGIA E PROCESSO	 BASF The Chemical Company  ALSTOM Power 
	ARCHITETTURA, EDILIZIA E COSTRUZIONI	 SMGI  SAINT-GOBAIN  KAJIMA  SKANSKA 
	SERVIZI FINANZIARI E ALLE IMPRESE	 BNP PARIBAS  LA POSTE  pwc 
	RISORSE NATURALI	 RioTinto  GOLD FIELDS  AEM  Cerrejón  Technip 



3DEXPERIENCE

Aumentare la competitività innovando

il PLM 2.0

“Improve product development efficiency and product quality”

Gestire il capitale intellettuale dell'azienda governando il processo di sviluppo prodotto

I Clienti, i Concorrenti ed i Fornitori (dal locale al globale)

5 | ref.: 3DS_Document_2012

Ult. Systèmes | Confide

Le richieste del cliente sono sempre più sofisticate e la sua disponibilità a spendere è sempre minore

- Cost pressure has intensified (51% report as top three challenge- Aberdeen G.);

La concorrenza ha raggiunto un significativo vantaggio in termini di Time-to-Market

- Competition is tougher (48% in top three);

I Fornitori lavorano per tutti e quelli bravi costano sempre di più

- Markets and supply chains are globalizing (36% in top three);

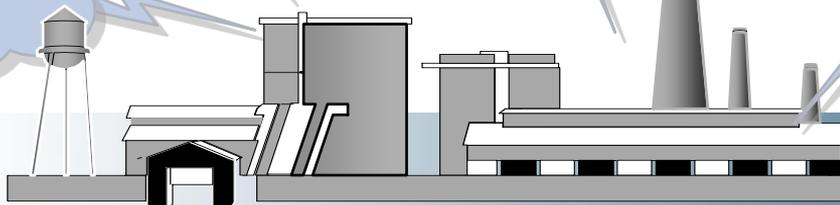
Stiamo riducendo la gamma dei prodotti mentre la concorrenza la sta allargando

- Product complexity has increased (30% in top three);

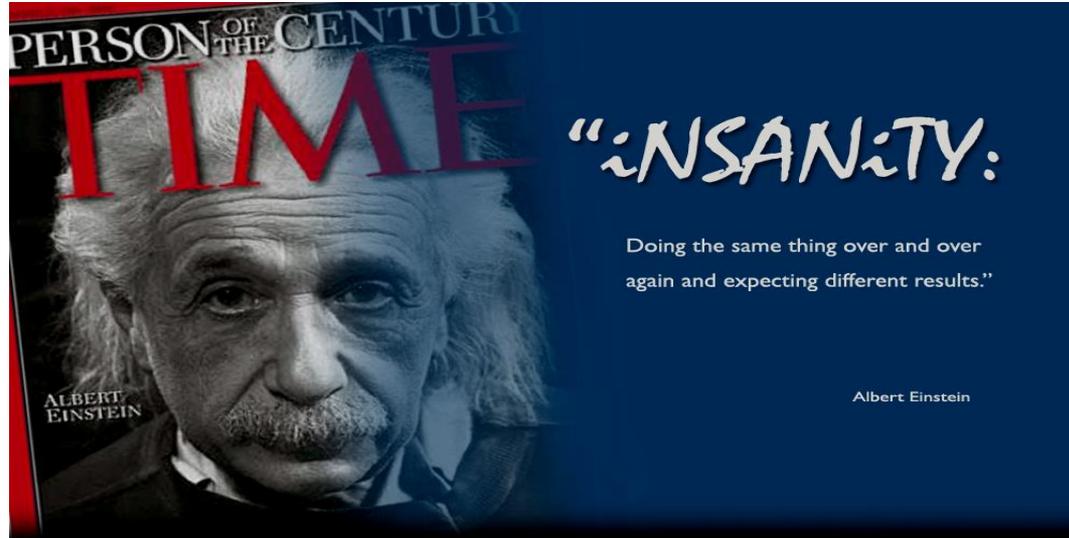
Il ciclo di sviluppo Prodotto è più lungo del ciclo di vita del Prodotto stesso.

- Product lifecycles have shrunk (49% in top three);

La velocità di Risposta/Consegna la otteniamo in cambio di una minore QUALITA' del prodotto



Innovare significa cambiare



“ La competizione basata solo su una strategia di riduzione costi è inutile, se non combinata con quella basata sulla pianificazione del tempo e delle risorse a disposizione, sulla rivisitazione dei processi e sulla certezza che questi possano essere eseguiti con successo la prima volta”

Lo sviluppo prodotto è un processo complesso

- Il **40% dei prodotti** vengono lanciati sul mercato **in ritardo** o **incompleti** o **non validati**
- Il **70% dei costi** di un prodotto vengono determinati durante la fase di ricerca e sviluppo
- Il **60% del tempo di progettazione è perso** in attività a zero valore aggiunto (ricerca dati o trasferimento informazioni)
- Il **50%** delle informazioni sono **ricreate** dalla filiera
- Il numero delle **modifiche tardive** è sempre **troppo elevato**
- Il **50% dei ricavi** di in media proviene da prodotti che sono stati introdotti sul mercato negli ultimi 2 anni
- Solamente **1/3 dei nuovi prodotti** lanciati resta sul mercato più di 2 anni

Ricerche effettuate da fonti diverse

La strategia da adottare

FARE IN FRETTA NON E' PIU'
SUFFICIENTE!

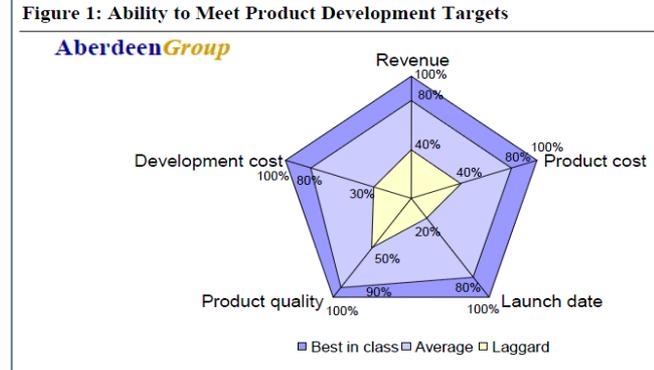
Dal **Computer Aided (X) everything ...**

- ▷ Enfasi sul ruolo dello strumento informatico per **velocizzare** o automatizzare **una singola attività da svolgere**

... al **PLM**

Product LifeCycle Management uso dell'informatica

per affrontare un **problema**, identificare una **soluzione** (Dati / Workflows), e standardizzare un **metodo (best practice)** di riferimento per applicare sempre lo stesso approccio al raggiungimento dell'obiettivo e aprire la porta al miglioramento continuo.





Il nuovo paradigma del PLM: La 3DExperience

► Il **3D** tra progettazione e comunicazione

- ▷ *La vista è lo strumento di comunicazione più veloce che possediamo*
- ▷ *Il 3D sta alla base della comunicazione di informazioni troppo complesse per essere descritte diversamente. Allo stesso modo dei colori e degli effetti di illuminazione*
- ▷ *Il 3D è la base della realtà virtuale*

► Il **WEB** tra comunicazione e informazione

- ▷ **Tutti** possono essere raggiunti, tutti si propongono per essere raggiunti
- ▷ Cambia il **modo** di partecipare (social network)
- ▷ Aumenta la necessità di servizi a valore aggiunto, cioè della capacità di trovare e avvalersi di tutte le **esperienze/competenze** disponibili sin dall'inizio
- ▷ La necessità di **COMUNICARE** Informazioni rilevanti ed aggiornate e sintetiche

Il Problema

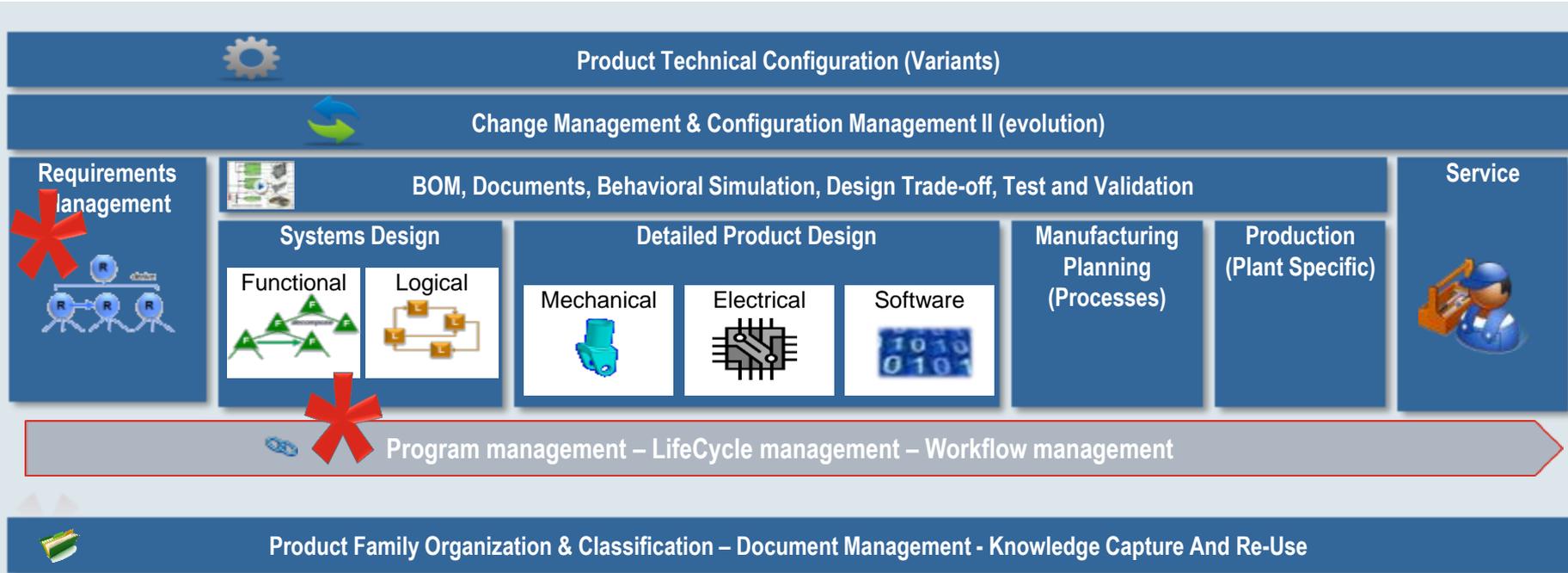
- ▶ **Affrontare scenari sempre più complessi e multidisciplinari**
 - ▷ **Integrare** sempre più competenze nella fase iniziale di definizione
 - ▷ **Adattare** il prodotto al cambio di specifiche in corsa e valutare gli impatti delle modifiche
 - ▷ **Riutilizzare** al massimo esperienze e competenze maturate
 - ▷ **Formalizzare** il vantaggio acquisito nella singola iniziativa (commessa) a tutte le altre
- ▶ **Cambiare il contesto della definizione del prodotto/processo ed evolvere verso sistemi produttivi integrati:**
 - ▷ più **efficaci** e più **efficienti**
 - ▷ più **affidabili** e **meno costosi**

La Sfida: Gestire la complessità

- **Richieste** ... di sviluppo, di modifica, di test, di certificazione,
- **Prodotto** ... in tutte le sue declinazioni
- **Industrializzazione** e processi di produzione
- **Produzione e pianificazione**
- **Clienti-Fornitori**
- **Manutenzione e Vendita** (servizio pre / post vendita e ritiro dal mercato)

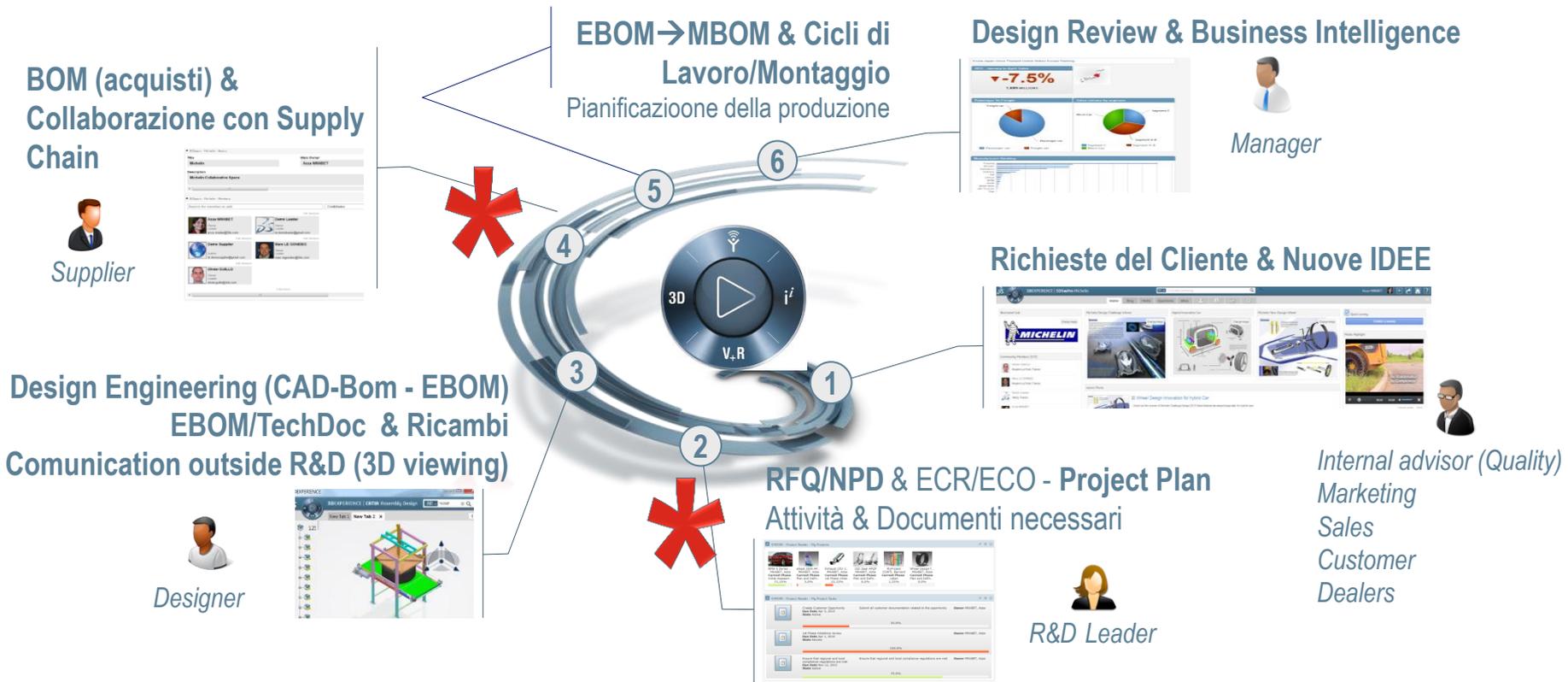
L'obiettivo che dobbiamo porci non è quello di semplificare il problema da risolvere, ma conoscerlo per indirizzarlo e realizzare una soluzione che sfrutti gli strumenti informatici per semplificare la sua gestione e la tracciabilità del risultato ottenuto.

PLM - Big Picture of ... Product Data



3DS.COM © Dassault Systèmes | Confidential Information | 10/6/2015 | ref: 3DS_Document_2012

Processi e Soluzione: La 3DExperience Platform



3DS.COM @ Dassault-Systemes | Confidential Information | 10/05/2015 | ref.: 3DS_Document_2012