



Visionari per scelta

Diversificazione dell'offerta, qualità dei prodotti, investimenti in ricerca e sviluppo rappresentano fattori di successo determinanti per iMAGE S, moderna incubatrice di idee e invenzioni nel mondo della Machine Vision. Tecnologie avanzate e costante perseguimento dell'affidabilità nelle soluzioni proposte sono le componenti di un primato riconosciuto, mentre la capacità di adattarsi al mercato e l'orientamento al cliente rappresentano gli indicatori di una realtà in costante evoluzione.

DI FIAMMETTA DI VILIO

● **MAGE S**, Mariano Comense, Brianza. Sotto lo stesso tetto convivono tecnici, commerciali, ricercatori e anche la squadra che gestisce le operazioni.

Lavorano insieme, influenzandosi a vicenda, condividendo le proprie competenze. C'è feeling. C'è fermento creativo. Mentre Milena Longoni, Marco Diani, Paolo Longoni - i fondatori - fanno da "talent scout", dirigono, insegnano, incoraggiano, creano l'atmosfera giusta. La loro azienda è un laboratorio di idee, invenzioni, passioni che proprio qui possono diventare prototipi e poi business. In anni nei quali le imprese scelgono appellativi che sfidano la pronuncia, affidando all'onomastica la loro immagine, iMAGE S ha mantenuto nel nome la solida chiarezza delle sue origini e del suo operato. Ma al di là del nome, la sua vera identità è quella di protagonista dell'Image Processing in Italia, coniugando innovazione tecnologica e continuità nei risultati attesi. Esempio di capacità manageriali tipico di un tessuto imprenditoriale flessibile, vivace, in grado di adattarsi alle esigenze del mercato.

Risultati che durano nel tempo

Nel 1994, quando è nata iMAGE S, la tecnologia dei sistemi di visione muoveva i primi passi: i frame grabber standard da inserire su PC risalgono a pochi anni prima ed erano dedicati per lo più all'ambiente universitario e della ricerca. Ma presto la coraggiosa intuizione dei fondatori dell'impresa brianzola mette solide radici. Da sempre, infatti, lo sguardo dell'azienda è puntato al futuro, volto alla ricerca di prodotti via via più performanti e con alto rapporto prestazione/prezzo che consentano di diffondere in modo capillare la cultura dell'Imaging. Nuovi sistemi multispettrali e iperspettrali, LiDAR (Light Detection and Ranging o Laser Imaging Detection and Ranging)

sempre più compatti, economici e innovativi servizi di immagini satellitari hanno ampliato negli ultimi tempi il ventaglio delle soluzioni proposte e i settori raggiunti: geologia, sismologia, archeologia, rilevamento remoto e fisica dell'atmosfera. Oggi sono oltre 60 i brand del portfolio di iMAGE S, che dispone di un laboratorio di prove per l'assistenza, di un centro di formazione attrezzato e un totale di oltre 1.000.000 articoli a catalogo.

A prova di futuro

Nel codice genetico dell'azienda c'è, oltre al valore di appartenenza al gruppo, qualcosa di oggettivo e condivisibile come la continua ricerca di nuove soluzioni scelte per risolvere problematiche di visione nei vari settori. È un modo "unico" di stare sul mercato, quello di iMAGE S, e che la caratterizza in maniera distintiva: impegno quotidiano, creazione di valore, coesione con il territorio, responsabilità sociale, spazio per l'immaginazione e pensiero audace. "I principi di una filosofia fondata sulla qualità dell'organizzazione, la professionalità delle persone, l'eccellenza dei prodotti ci portano a rinnovare costantemente le strategie, puntando tutto sull'affidabilità dei sistemi proposti e sulle risorse necessarie per diffonderli", dice Paolo Longoni, CEO e cofondatore. "In questi anni di grande trasformazione - penso alla pandemia e al conflitto così vicino - abbiamo conosciuto imprese che hanno ripensato il loro business. C'è chi ha messo in gioco le sue competenze per dare una mano al Paese. Chi ha usato un periodo drammatico come quello del lockdown per innovare. Sono storie di realtà che, grazie alle tecnologie, stanno contribuendo alla rinascita dell'Italia". Punto di riferimento per quanti sviluppano sistemi di visione, iMAGE S è stata tra le prime aziende in Italia a proporre soluzioni 3D, credendo, a

Grazie a una 'visione a tutto tondo' del mercato, iIMAGE S ha la possibilità di seguire l'evoluzione delle tecnologie e adeguare i propri orientamenti strategici per rispondere con puntualità alle richieste del mondo produttivo. E non solo.



ragione, nella loro affermazione sul mercato. “Negli anni scorsi la visione 3D o l'introduzione di tecniche di intelligenza artificiale nell'elaborazione di immagini erano temi dominanti, che hanno caratterizzato il momento storico in cui sono emersi. Oggi assistiamo invece a una diffusione trasversale di questi argomenti e a un loro consolidamento applicativo. Della visione 3D, tecnologia matura, esistono tutti i componenti hardware e software per realizzare soluzioni: la gamma che proponiamo è completa, ampia e differenziata anche nei prezzi”, spiega Marco Diani, CEO e cofondatore di iIMAGE S. “Diverse tecnologie, ieri ritenute complesse, sono sempre più comunemente utilizzate, anche in modo integrato, per risolvere problemi specifici. Si pensi, per esempio,

Milena Longoni, Marketing Director e cofondatrice di iIMAGE S.

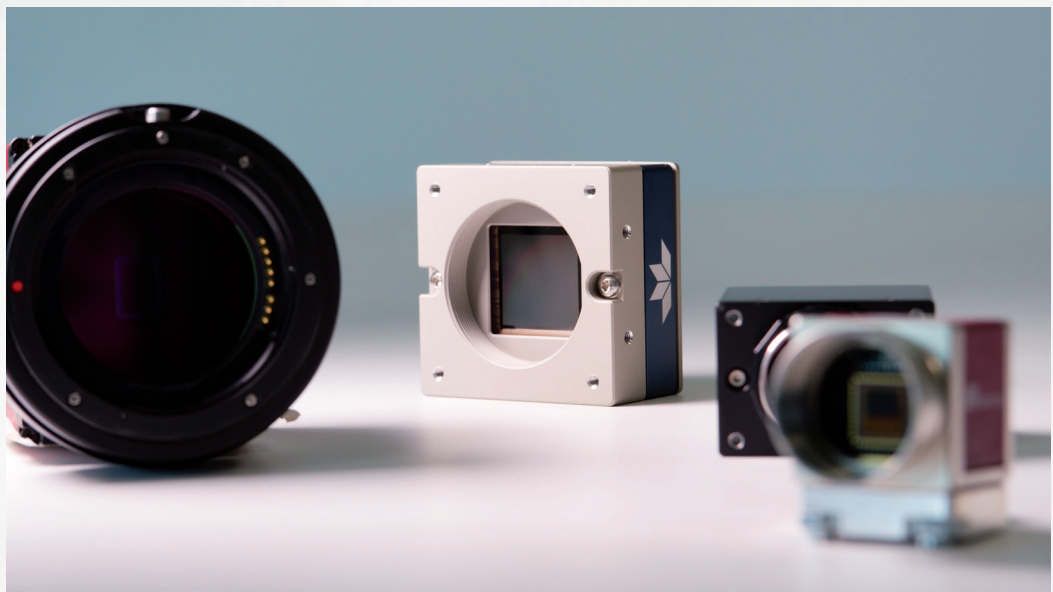
a un'applicazione di separazione dei rifiuti dove intervengono sensori iperspettrali, profilometri 3D e camere lineari a colori... Emergono, dunque, molte innovazioni in differenti campi applicativi, in nuove nicchie, anche se non possono essere considerate propriamente di 'rottura'. Nell'ambito dell'intelligenza artificiale segnaliamo gli sviluppi sul Deep OCR per la lettura di testi e sull'anomaly detection per la rilevazione di difetti. Oppure novità nell'ambito degli algoritmi di ottimizzazione delle reti neurali, che consentono ai clienti di implementare sistemi basati su AI senza dotarsi di dispositivi di calcolo con schede grafiche. Nell'agroalimentare, per esempio, la possibilità di seguire ogni fase del percorso produttivo di un alimento fino al prodotto finito è determinante. Ma non solo. Ricerca e innovazione ben si integrano nello scenario della sostenibilità ambientale: iMAGE S è fra i primi distributori a lavorare per implementare in maniera completa i processi ESC. Tra i prodotti più interessanti in questo comparto le camere iperspettrali. iMAGE S propone telecamere che 'vedono' contemporaneamente sia nel visibile che nell'infrarosso, che l'occhio umano non può percepire", dice Diani. Anche nel marketing il mantra è il patto con l'utilizzatore, basato su trasparenza e collaborazione. "Continuare a innovare durante la pandemia ha significato per noi

investire ulteriormente su competenze e servizi, mossi da un'esigenza di pragmatismo e concretezza. Crediamo nella partnership, nella sinergia con i clienti, al fine di garantire loro eccellenza e successo. Le basi sono la creazione di un forte senso di identificazione ed empatia che rafforza i legami e che implica la solidità - economica e gestionale - di poter guardare con sicurezza al domani", spiega Milena Longoni, Marketing Director e cofondatrice di iMAGE S.

Strategie di crescita

"Le informazioni e percezioni che arrivano dal mondo applicativo sono determinanti nell'orientare le scelte strategiche dell'azienda", spiega Paolo Longoni. "In base alle esigenze dei clienti, con grande flessibilità e in tempi molto rapidi, proponiamo le soluzioni più indicate. L'intento per noi è rappresentare un punto di riferimento solido e un partner affidabile con prodotti originali, dalle caratteristiche tecniche avanzate. Siamo assidui visitatori delle fiere di tutto il mondo con lo scopo di trovare nuove tecnologie adatte ad ampliare la nostra gamma. Ma ancora una volta il compito ci viene facilitato dai clienti stessi: spesso sono proprio loro a suggerirci prodotti nuovi in base alle loro necessità. Dall'altra parte, noi offriamo loro tutta l'assistenza di una squadra tecnica preparata,

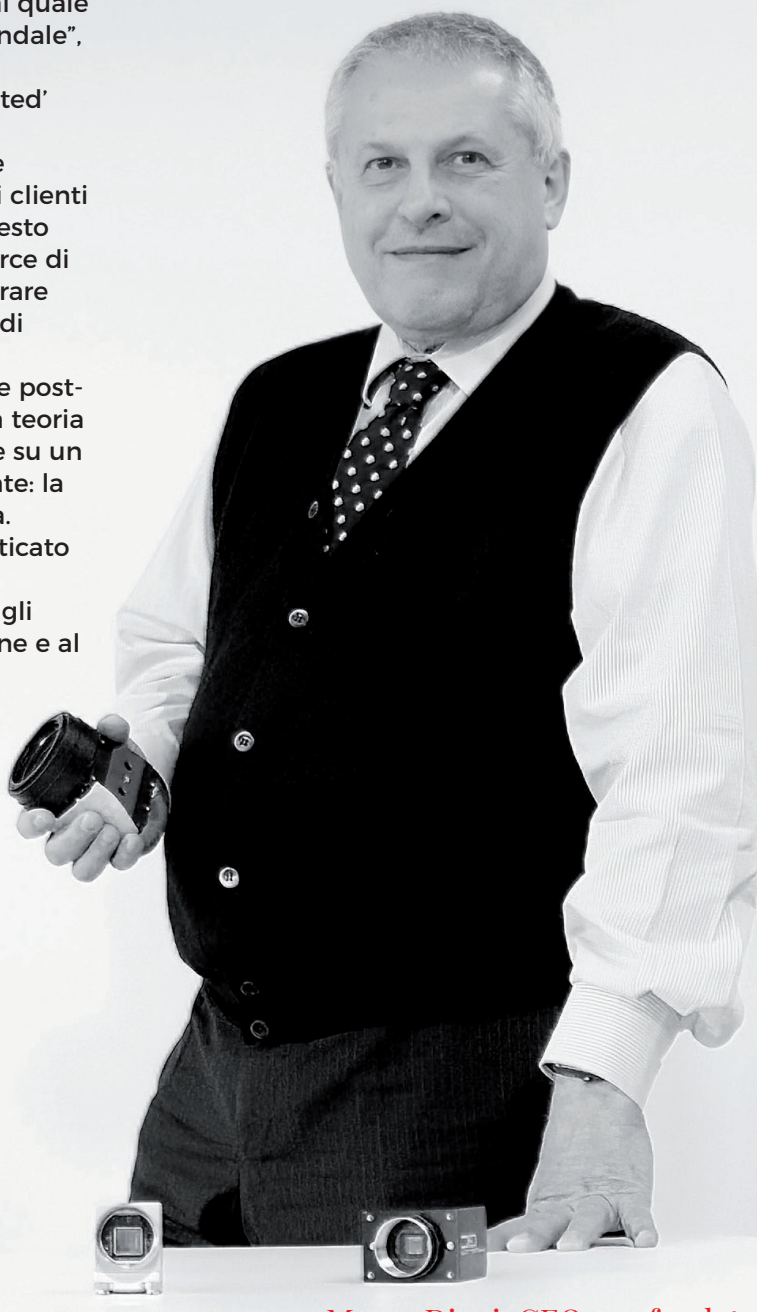
La Machine Vision occupa un ruolo di primo piano nel panorama tecnologico e trova applicazione in un numero di settori in costante espansione.



La complessità dei compiti da svolgere e le esigenze dei clienti in termini di massima qualità e affidabilità dei risultati rendono indispensabile il supporto di iIMAGE S, che segue il cliente dall'analisi iniziale della sua applicazione alla proposta finale della soluzione più adeguata.

rapida e attenta. Cerchiamo sempre di essere alla loro altezza, perché meritano l'eccellenza. Il miglioramento continuo è l'essenza stessa dei nostri processi operativi. Il cliente è il fulcro attorno al quale ruota tutta la dinamica aziendale", spiega Paolo Longoni.

"Un'azienda 'customer oriented' come la nostra", interviene Milena Longoni, "raccolge le informazioni provenienti dai clienti e le decodifica in servizi. Questo significa istituire una task force di buon livello, capace di integrare in modo ottimale i processi di marketing, commerciali e il supporto consulenziale pre e post-vendita. La credibilità di una teoria organizzativa si fonda anche su un dato sperimentale importante: la sua applicazione nella realtà. Il livello estremamente sofisticato delle soluzioni tecnologiche rende sempre più strategici gli aspetti relativi alla formazione e al



Marco Diani, CEO e cofondatore di iIMAGE S.

coinvolgimento delle risorse umane in un progetto di sviluppo affinché il potenziale di uomini e sistemi possa essere pienamente valorizzato". Troppo spesso l'idea che abbiamo di efficienza, uso tecnologico delle risorse economiche, strumentali e umane, riporta al nostro immaginario. IMAGES ha invece individuato una strada concreta, che fa prendere ai clienti decisioni in una prospettiva medio-lunga, rappresentando una sorta di bussola capace di orientare nella mappa del nuovo. E non è poco. "Stiamo allargando il nostro campo d'azione a tutto il mondo dell'imaging", commenta Marco Diani. "Mi riferisco a settori in crescita come il biomedicale - non solo la radiologia in cui da sempre siamo un player d'elezione nel mercato italiano - e quello dell'agricoltura di precisione. Nel primo caso, l'emergenza sanitaria ci ha reso più attenti alla qualità dei servizi che interessano la salute e ha reso evidente quanto la tecnologia e l'innovazione siano decisive per garantire l'efficacia di un percorso di cura. Gli esempi sono infiniti: dalle soluzioni diagnostiche sempre più precise fino agli interventi chirurgici mininvasivi, o eseguiti da remoto. Dalla telemedicina ai robot nei reparti ospedalieri. Grazie a software avanzati e all'intelligenza artificiale, le immagini sono più accurate e le diagnosi più veloci. Stanno evolvendo anche le

IMAGE S è un laboratorio di idee, invenzioni, passioni che proprio qui possono diventare prototipi e poi business.

applicazioni per le macchine che preparano farmaci personalizzati in funzione della patologia del paziente". "Nell'agricoltura di precisione", spiega ancora Diani, "i sistemi di visione si stanno rapidamente diffondendo sia per raccogliere informazioni sia per gestire in modo flessibile le macchine operatrici; sono impiegati nel monitoraggio forestale, per la qualità degli specchi d'acqua o per individuare fertilizzanti e metalli pesanti nei suoli". "Una novità da segnalare, infine, è la tecnologia SPAD (Single-Photon Avalanche Diode) applicata a telecamere che, nell'ambito della sicurezza, 'vedono' al buio. Sono sensori pensati per il settore della sicurezza e della guida autonoma. La novità non consiste nella tecnologia in sé (usata fin dagli anni '70 per la rilevazione della luce) ma nel suo utilizzo per la realizzazione di un CMOS. Pensati principalmente per migliorare la qualità delle videocamere di sorveglianza, costituiscono un'alternativa di qualità più alta rispetto ai sensori all'infrarosso con risoluzioni molto migliorate: lavoriamo con Canon per diffondere questa tecnologia", aggiunge Diani.

Attrezzati per competere

"Ci siamo concentrati su un'idea imprenditoriale forte senza mai inseguire chimere finanziarie. Ci confrontiamo con i clienti, decidiamo rapidamente, facendo sempre ciò che abbiamo scelto di perseguire. Per esempio, in un momento di shortage delle materie prime e della componentistica elettronica, abbiamo investito con decisione sull'aumento del magazzino", spiega Paolo Longoni. "Tra l'altro, anche se non potessimo reperire un componente specifico, riusciremmo a proporre ai clienti almeno un'alternativa in grado di svolgere funzioni equivalenti e con costi compatibili. Siamo convinti, e i risultati raggiunti ci danno ragione, che dalle difficoltà nascono delle opportunità. Noi abbiamo sempre utilizzato i periodi difficili per fare investimenti. L'innovazione richiede lo sviluppo di un'ampia varietà di



conoscenze tecnico-scientifiche da tradursi in applicazioni. La nostra sfida consiste nell'integrare sempre meglio le componenti dell'offerta, migliorando continuamente lo sforzo teso alla crescita delle aziende clienti. L'obiettivo consiste nel mettere a fuoco le difficoltà (di mercato, di cambiamento, di strategia) e le opportunità sulle quali costruire le certezze di nuove posizioni competitive. Il mercato premia sempre chi offre soluzioni che abilitano il cambiamento", spiega Paolo Longoni.

Come si muoverà iIMAGE S nel prossimo futuro?

"Secondo le nostre linee guida: l'importanza delle persone, di cui si cerca di far emergere gli aspetti migliori, valorizzandoli; la cultura aziendale basata su alcuni valori rimasti immutati nella storia di iIMAGE S, e cioè i clienti, l'innovazione, le risorse umane; l'importanza del disegno organizzativo, che, per raggiungere gli obiettivi posti, deve sempre precorrere i tempi", afferma Paolo Longoni.

"Aggiungerei che continueremo a 'curare' con perseveranza il mercato, individuando e anticipando le potenziali domande di nuove tecnologie", dice Marco Diani.

"La credibilità del brand iIMAGES, sinonimo di professionalità e competenza nel mondo della Machine Vision, ci assicura una grande forza per competere. L'azienda non è mai ferma e sa guardare lontano", conclude Milena Longoni.



Paolo Longoni, CEO e cofondatore di iIMAGE S.