

# COMPUTERWORLD Italia

IL SETTIMANALE DI INFORMATICA PER LE AZIENDE [WWW.CWI.IT](http://WWW.CWI.IT)

ANNO XXVI - N°33 - 22 OTTOBRE 2007

## RIA, per applicazioni più ricche e gradevoli

Nuovi strumenti che consentono esperienze d'uso migliori e abilitano a un web di nuova generazione

Don Rippert, CTO di Accenture, ci illustra le caratteristiche principali delle RIA (Rich Internet Applications) partendo da una delle più conosciute e tipiche, Google Maps. Una applicazione, scrive Rippert, che non assomiglia per niente alle applicazio-

ni web cui siamo abituati. Si basa infatti su un set di tecnologie per l'interfaccia con l'utente che forniscono un'esperienza d'uso significativamente migliore rispetto al semplice html e con lo stesso livello di risposta delle più note applicazioni desktop. **a pagina 12**

## Il cliente al centro. Ma davvero

Il premio '100 CIO Awards' mette in evidenza i progetti CRM. Cronaca di tre casi di eccellenza



Tra i premiati il sito di Hilton Hotels

Come ogni anno CIO Magazine ha premiato i 100 progetti IT più innovativi. In quest'edizione in evidenza c'è l'area front office. Raccontiamo i casi di Washington Mutual, Best Buy e Hilton. **a pagina 14**

## SPECIALE BUSINESS INTELLIGENCE

IERI

OGGI

DOMANI



L'evoluzione storica e futura delle soluzioni di BI: dai report cartacei alla disponibilità di dati e informazioni in formato grafico su dispositivi mobili. È questo il percorso che analizziamo in un'indagine che coinvolge vendor di tecnologia e implementatori di questi sistemi applicativi

**A PAGINA 21**

### SAP ACQUISISCE BUSINESS OBJECTS

La mossa del colosso tedesco sorprende per due motivi. È il suo primo grande takeover (prima aveva comprato solo piccole software house). E poi lascerà autonomia alla società franco-americana. Per gli analisti, se gestita bene quest'operazione ridefinirà il mercato BI.

**A PAGINA 3**

## Il middleware come leva di cambiamento dell'IT

BEA Systems: "L'innovazione? Obbligatoria per poter accrescere il valore aziendale dell'IT"

### DI PIERO TODOROVICH

Non bisogna avere timore delle tecnologie che determinano forti cambiamenti - quelle 'disruptive', per intenderci - perché ignorarle è molto peggio. Questo il succo dell'intervento di Andy Kyte, vice presidente di Gartner, nel discorso di apertura del BEAWorld 2007 di Barcellona, e leit mo-

tivo di un evento che ha riunito circa 2.000 tra utenti e ISV di BEA Systems, tra cui oltre un centinaio tra CIO e responsabili di progetto di aziende italiane.

Innovativo è per BEA abbandonare le 'packaged applications' per andare verso applicazioni di business 'dinamiche'. Le uniche, secondo

Alfred Chuang, fondatore e chairman della società, che permettono di adattarsi laddove i modelli di accesso all'informazione sono completamente cambiati. Chuang cita Java, che BEA ha sposato con il proprio application server dal '98, come motore del cambiamento nella percezione del valore dell'IT.

"I modi con cui le persone accedono e usano

**continua a pagina 4**

### SERVIZI IT

#### IL MERCATO DELL'OUTSOURCING

Nei primi sei mesi dell'anno in Europa si è assistito a un vero e proprio boom dell'outsourcing, sull'onda di alcuni grandi contratti di networking, che hanno fatto emergere le telco nella rosa dei top outsourcer. **6**

#### LE STRATEGIE DI FINCONS

La società ha avviato un riassetto per competere meglio sul mercato italiano e soprattutto europeo, scegliendo di spostare l'headquarter in Svizzera. E ha in programma un'acquisizione e la creazione di una nuova società. **16**

#### OSSERVATORIO: IL PERSVASIVE COMPUTING

Il pervasive computing è una grande opportunità per i fornitori di servizi. Ma richiede capacità di visione, la creazione di nuove filiere di offerta e alleanze, e la trasformazione dei modelli di go-to-market. **16**

22.10.07

# IN QUESTO NUMERO

## COMPUTERWORLD

# ONLINE

www.cwi.it



**COMPUTERWORLD  
IN ITALIA DA 25 ANNI**

Computerworld Italia ha raggiunto i 25 anni di età. Dalla prossima settimana (più esattamente da lunedì 29 ottobre) con cadenza quotidiana, i lettori di www.cwi.it troveranno una serie di articoli, servizi, interviste e approfondimenti sulla storia di questi anni, attraverso il racconto di quanto è accaduto e la raccolta di alcune testimonianze eccellenti.

### Un filo rosso lungo 25 anni.

La storia dell'industria ICT, dal mainframe al Web 2.0

### Anno dopo anno.

Economia, politica, costumi cultura e ICT dal 1982 ad oggi

**Testimonianze:** Arrigo Andreoni, Gianfranco Lanci, Umberto Paolucci, Andrea Pontremoli, Sergio Rossi

### Vocabolario.

'Voci' di attualità per i professionisti del settore

**DAL 29 OTTOBRE  
APPUNTAMENTO  
SU WWW.CWI.IT**



## NEWS

3



**3 FERROVIE DELLO STATO** La gara da un miliardo di euro per l'outsourcing IT va a Sirti, ma il TAR sospende tutto su ricorso di Almagora

**3 TERADATA** Torna autonoma da NCR e si prepara a una campagna di acquisizioni

**3 SAP-BUSINESS OBJECTS** I perché della più grande acquisizione nella BI

**4 BEA** Al BEAWorld 2007 di scena il progetto Genesis e numerosi casi italiani

**4 EMC** Introdotto Documentum 6, nuova versione della suite di software ECM

**6 OUTSOURCING** Boom in Europa nel 2007, in evidenza il network outsourcing

**6 SCENARI** Parliamo di tlc, dallo stato del mercato italiano alle tecnologie touchscreen

## TECNOLOGIE

12

**12 RIA** Obiettivo sulle Rich Internet Application, un nuovo tipo di applicazioni web basato su tecnologie d'interfaccia utente evolute che consente esperienze di navigazione rivoluzionarie. Il tipico esempio è Google Maps

**12 SUPERCOMPUTER** Desktop che funzionano 100 volte più velocemente di un pc tradizionale, e molto semplici da programmare: non è un'utopia

## BUSINESS

14

**14 CRM** Alla rassegna CIO Awards in evidenza i progetti di front office: i casi di Washington Mutual, Best Buy e Hilton

**14 SERVIZI/I** Nuovo assetto per Fincons, con capogruppo in Svizzera

**14 SERVIZI/II** Un'analisi delle opportunità del pervasive computing

**18 M&W** Le applicazioni della filiera del farmaco

## SPECIALE

21

La business intelligence ieri, oggi e domani. Nello speciale raccogliamo le opinioni di vendor tecnologici e di implementatori di sistemi di BI sullo stato dell'arte di questa categoria di soluzioni, sulla sua evoluzione storica e su quella futura. A tracciare lo stato della BI in Italia anche un'importante iniziativa della SDA Bocconi. Ne parliamo con il promotore.

## FIERE, CONVEGNI E USER CONFERENCE

31

**Direttore Responsabile**  
PAOLO LOMBARDI (tel. 02/58038.218)

**Capo Redattore**  
MARCO TENNYSON (tel. 02/58038.230)

**Redazione:**  
Vice Capo Redattore: RUGGERO VOTA (tel. 02/58038.227)  
ORNELLA FUSINA (tel. 02/58038.229)  
DANIELE LAZZARIN (tel. 02/58038.224)

PAOLO MORATI (tel. 02/58038.246)  
(redazione online)

**Hanno collaborato a questo numero**  
POMPEO CARDARELLI, ANNAMARIA DI RUSCIO, ANDREA GIACOBBE, ENRICO MINORA, DON RIPPERT, PIERO TODOROVICH

**Grafica e Impaginazione**  
LIA PITARRESI

**Responsabile Pubblicità Internazionale e On line**  
Mauro Buccola (mauro\_buccola@nuovaperiodici.it)

**Segreteria e Ufficio Traffico Pubblicità:**  
Margherita Bertocelli (margherita\_bertocelli@nuovaperiodici.it), Silvia Cardinale (silvia\_cardinale@nuovaperiodici.it), Simona Cattaneo (simona\_cattaneo@nuovaperiodici.it) Tel. 02/580381

**Ufficio Commerciale**  
Emanuela Cella (emanuela\_cella@nuovaperiodici.it), Maurizio Dell'Abate (maurizio\_dellabate@nuovaperiodici.it), Antonio Martinelli (antonio\_martinelli@nuovaperiodici.it), Daniela Parisse (daniela\_parisse@nuovaperiodici.it), Massimiliano Parma (massimiliano\_parma@nuovaperiodici.it), Maurizio Vitali (maurilio\_vitali@nuovaperiodici.it)

**Agente per il Lazio e il Centro Sud:**  
Parisse Pubblicità: via Casal de Ceveri 8 00060 FORMELLO (RM) Tel. e Fax 06/90405002, (pparisse@iol.it)

**Produzione e Servizi Generali**  
Nilde Meregalli

**Marketing e Comunicazione**  
Claudia Cavalleri, Rosa Guerinoni

**Abbonamenti e Diffusione**  
Enrico Zambetta (Responsabile)  
**Per informazioni sugli abbonamenti:**  
telefonare allo 02/58038253 o via fax 02/58038306

Una copia 0,52 € - Abbonamento annuo per l'Italia: 45 numeri 23,40 € - (ccp n. 19933209). Estero: Europa 90 €, Extraeuropa 97 € (compresa la spedizione)

Direzione, redazione, pubblicità, sede legale e amministrazione:  
Nuov@Periodici Italia s.r.l.  
Via Zarite 16/2 - 20138 Milano  
Telefono 02/58.038.1 - Telefax 02/58.01.16.70

Registrazione del Trib. di Milano n.193 del 24-4-83

Stampa: Rotolito Lombarda - Cernusco s/N (MI)  
Spedizione in a. p. 45% art.2  
Comma 20/B legge 662/96 - filiale di Milano

Computerworld Italia è certificato da ADS - Certificato ADS n° 5798 del 4/12/2006  
Periodo di accertamento dal 1/1/2005 al 31/12/2005

A.N.E.S.  
ASSOCIAZIONE NAZIONALE  
EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA



Computerworld® è un marchio registrato di International Data Group, Inc.

**NUOV@PERIODICI**

**Amministratore Delegato**  
Mario Toffoletti

**Direttore Generale**  
Costantino Cialfi

**Responsabile ufficio Amministrazione e Contabilità**  
Bruno Agostini

**Responsabile ufficio IT**  
Luca Rufo Masoni

**Amministrazione**  
Elga Legranzini, Grazia Rovati, Katia Trespidi

## HIGHLIGHTS

Annunci, novità e attualità

## • La gara per l'outsourcing delle Ferrovie

La gara per l'outsourcing dei sistemi IT e dei call center di Ferrovie dello Stato è stata vinta da Sirti, che ha battuto Almaviva, il fornitore attuale attraverso il controllo di Tele Sistemi Ferroviari (TSF). L'accordo, del valore di oltre un miliardo di euro in sei anni, prevede oltre alla gestione delle



infrastrutture IT e allo sviluppo di applicazioni software anche l'acquisizione di TSF per 107 milioni. L'aggiudicazione non ha mancato di sollevare polemiche e sospetti di presunte irregolarità della gara, in quanto Sirti ha chiesto la sospensione del titolo in Borsa in attesa dell'assegnazione della gara alcuni giorni prima che Ferrovie ne comunicasse ufficialmente l'esito alle imprese che vi avevano partecipato. Il Gruppo Ferrovie da parte sua ha ribadito "l'assoluta regolarità dell'intera procedura condotta", ma l'Adusbef (Associazione per la difesa degli utenti dei servizi bancari, finanziari, postali e assicurativi) ha presentato un esposto-denuncia alle Procure della Repubblica di Roma e Milano chiedendo di verificare se nella gara FS siano stati commessi i reati di agiotaggio, insider trading, turbativa di mercato, corruzione e concussione, e l'eventuale annullamento della gara per gravi vizi formali.

## • Teradata è diventata autonoma

Dal primo di ottobre Teradata è diventata una società autonoma, quotata al New York Stock Exchange (nella foto il top management della società alla prima giornata di contrattazione del titolo). Si è quindi concluso il lungo percorso che dal 2000 ha portato la divisione di NCR specializzata nelle soluzioni di data warehouse 'complete' (software e piattaforme server) a diventare una società autonoma. A questo atteso appuntamento, la società si presenta con credenziali di tutto rispetto. Prima di tutto dichiara una quota di mercato del 9% rispetto a un valore mondiale del settore del data warehouse di 19 miliardi di dollari: "Ma la nostra area di competenza è l'enterprise data warehouse e ci rivolgiamo alle più grandi aziende del mondo - dichiara

Franco Vittone, amministratore delegato di Teradata Italia -. In questo contesto la nostra quota è più ampia". I numeri parlano di un fatturato per il 2006 di oltre 1,5 miliardi di dollari (+6% rispetto al 2005) e di una crescita attesa per l'anno 2007 tra il 7% e il 9%: al di sopra della previsione di crescita del mercato data warehouse generale: +6,3% (IDC). Gli utili invece sono stati 312 milioni per il 2006 (+20% rispetto al 2005) e l'attesa per fine

anno è in un incremento di un altro 20/21%.

Inoltre, Teradata non ha un dollaro di debiti, anzi può contare su un cash di 200 milioni e sta negoziando una linea di crediti per altri 300 milioni. Risorse che la società intende investire in una imminente campagna di acquisizioni, che i top manager italiani confermano: "Stiamo studiando diversi dossier negli USA in Europa e in Italia - spiega Massimo Pellegrino, presidente di Teradata Italia e vice presidente di Teradata SEMEA -. Per quanto riguarda il nostro continente stiamo valutando soprattutto acquisizioni nell'ambito dei servizi professionali".



## Business intelligence, perché SAP ha comprato Business Objects

Commenti concentrati sul cambio di strategia, sull'autonomia a BO, e sulla roadmap da chiarire

(d.l.) Tutti i commenti sull'operazione SAP-Business Objects evidenziano il carattere di 'rottura' rispetto alle altre

acquisizioni di SAP, tutte riguardanti piccole software house specialistiche. Il quadro di mercato però non consente più la crescita organica. SAP ha l'ambizioso obiettivo di raddoppiare il mercato potenziale tra il 2005 e il 2010 e il settore business intelligence (BI) è il più in salute: tutti i big - HP, IBM, Microsoft, Oracle - ci stanno investendo molto.

"I sistemi ERP permettono di raccogliere enormi masse di dati, ma SAP finora non ha saputo tradurre la sua grande conoscenza di processi di business in soluzioni analitiche verticali capaci di anticipare problemi, segnalarli e suggerire contromosse - commenta Josh Greenbaum, principal di Enterprise Applications Consulting -. Ora può vendere qualcosa di nuovo ai clienti esistenti, e aumentare il numero di utenti finali in ogni

azienda cliente: per l'utente finale la BI è molto più visibile e attraente dell'ERP".

Altra novità assoluta per SAP è che la società acquisita rimarrà indipendente. "Ab-

biamo accettato perché saremo autonomi, le nostre soluzioni continueranno a lavorare con quelle di altri vendor", spiega Bernard Liautaud, fondatore e chairman di Business Objects. Liautaud nega che BO fosse in cerca di compratori: "Sostengo da sempre la nostra indipendenza

ma nell'ultimo anno molto è cambiato nel software: qualche grosso cliente preferiva che non fossimo acquisiti, ma sono sempre più quelli che chiedono un maggior allineamento tra business application e BI". Con BO autonoma, osserva AMR, nel breve termine non ci saranno impatti rilevanti sulle due basi clienti. Anche perché per SAP è fundamenta-

le non perdere utenti BO, che tra l'altro sono nel mezzo di un major upgrade: molti di loro, dicono gli analisti, potrebbero valutare altre opzioni se SAP non chiarirà la roadmap d'integrazione. "Il problema tocca anche gli utenti SAP con piattaforme BI diverse da BO, come SAS o Cognos - spiega Paul Hamerman di Forrester -: prima o poi si troveranno davanti al fatto che la tecnologia



"Abbiamo accettato perché saremo autonomi, e le nostre soluzioni continueranno a lavorare con quelle di altri vendor", dice Bernard Liautaud, fondatore e chairman di Business Objects

BO sarà la business intelligence nativa di NetWeaver".

La roadmap, continua Hamerman, dovrà anche risolvere le sovrapposizioni delle offerte, che però sia SAP sia BO hanno minimizzato. "E invece, anche a causa delle acquisizioni (Pilot e Outlooksoft per SAP, Cartesis e ALG per BO, ndr), le due hanno offerte simili nelle aree pianificazione, consolidamento, gestione dei profitti e delle performance".

Nel complesso comunque il giudizio è positivo: "SAP interviene sul punto più debole della sua offerta BI, la semplicità d'uso - dice AMR - e conquista rapidamente skill commerciali in un'area in crescita, dove Oracle e Microsoft hanno centinaia di specialisti, e dove le acquisizioni continueranno: se gestita bene l'operazione SAP-Business Objects ridefinirà il mercato BI". [cw]

## L'operazione in punti

- Per comprare Business Objects, SAP ha offerto circa **4,8 miliardi di euro**, il 20% in più rispetto al prezzo di Borsa. Il board di BO supporta l'offerta. La fusione dovrebbe realizzarsi nel primo trimestre 2008.
- BO ha **44mila clienti**: circa il 40% usa SAP. Nel 2006 ha fatturato 1,25 miliardi di dollari, con una crescita del 16% dovuta anche alle acquisizioni, ma licenze software BI in calo del 4%. Pochi giorni fa ha emesso un **profit warning** per il terzo trimestre, con vendite di 366-370 milioni di euro (previsti 382-387) e utili per azione di 4-6 cent (previsti 16 cent).
- In Italia BO è presente dal 1994 (attraverso Datamat), e con una filiale diretta dal 1997. Oggi conta 110 dipendenti nelle sedi di Milano, Roma, Torino e Venezia e circa **800 clienti**, tra cui Alenia Aeronautica, Coop, Consp, Ferrovie dello Stato, Illy, GS, Italtel, Poste Italiane e TIM.



## HIGHLIGHTS

Annunci, novità e attualità

### • Documentum allarga la base

EMC ha introdotto Documentum 6, nuova versione del prodotto fiore all'occhiello dell'offerta di enterprise content management. "Documentum 6 presenta diverse innovazioni per lo sviluppo di applicazioni per la gestione dei contenuti - sottolinea Massimiliano Grassi, software marketing manager di EMC Italia (nella foto) -. Si va dall'interfaccia TaskForce alla possibilità di gestire contenuti transazionali, dall'adozione di criteri SOA a l'uso di tool basati su Eclipse, il tutto per migliorare l'usabilità della piattaforma e le sue capacità di ricerca". La novità principale della piattaforma è TaskSpace, una nuova interfaccia client progettata per gestire contenuti e processi di tipo transazionale, allo scopo di incrementare la produttività dell'utente finale. Annunciata la 'base', EMC provvederà a rilasciare diversi add-on per la piattaforma: si parla di strumenti di collaborazione, della possibilità di gestire client anche offline, di un nuovo client per Outlook e, cosa più importante, di una serie di applicazioni verticali che si innesteranno direttamente su Documentum 6.



### • CRM: è l'ora del data sharing

Salesforce.com sta per lanciare un nuovo servizio che permetterà alle aziende utenti dei suoi software on demand di CRM di condividere alcuni tipi di dati, relativi tra l'altro a opportunità e trattative di vendita, e clienti. Come spiega Woodson Martin, vice president marketing in Europa della società, "Salesforce.com ha ormai 900mila utenti, e molti ci hanno detto che ricaveranno maggior valore dalle nostre soluzioni CRM se potessero usarle per comunicare con i loro distributori e clienti che pure sono nostri utenti". Il nuovo servizio entrerà a far parte della prossima versione della suite Salesforce (Winter 08), e il suo nome sarà deciso attraverso un sondaggio tra i clienti: le alternative sono Salesforce Data Network, Salesforce to Salesforce (S2S), e Salesforce Partner Network. Già da qualche mese il fornitore di SaaS (software-as-a-service) americano ha richiesto ai clienti un riscontro sull'idea di una 'Lockbox' che permetterebbe per esempio alle aziende manifatturiere di condividere dati di vendita aggiornati in tempo reale con distributori e rivenditori. L'idea del servizio si basa sul fatto che Salesforce conserva sui propri server i dati di front-office di tutti i clienti nello stesso formato.

### • NetApp e VMware vicine vicine

Network Appliance e VMware hanno esteso il loro rapporto di collaborazione per operare in modo congiunto nella progettazione di soluzioni di virtualizzazione, backup e disaster recovery, nei servizi relativi e nel supporto ai clienti. Questa forma di collaborazione riguarda la maggior parte delle attività che le due società hanno sviluppato negli ultimi anni presso oltre 3.000 installazioni operative

in tutto il mondo. In particolare, i progetti congiunti di NetApp e VMware saranno finalizzati a semplificare le procedure di disaster recovery, a integrare in modo naturale gli ambienti di test e sviluppo, a ottimizzare l'utilizzo dello storage nel consolidamento della virtualizzazione dei desktop e, in ultima analisi, a realizzare una soluzione di virtualizzazione server-to-storage strettamente integrata che renda la prossima generazione di sistemi di data management una realtà concreta e affidabile per tutte le aziende clienti. NetApp ha cominciato a collaborare con VMware dal 2001 per la fornitura di soluzioni avanzate di storage.

# L'innovazione? "Obbligatoria per accrescere il valore dell'IT"

Al BEAWorld 2007 di scena il Progetto Genesis e le esperienze di diverse aziende italiane

continua da pagina 1

l'informazione, sia nel privato sia in ufficio, stanno rapidamente cambiando: se non si innova non si colgono le opportunità, si diventa irrilevanti poiché le persone (e gli utenti aziendali, ndr) useranno l'informazione in modo differente". Il nuovo modello d'informatica, basato tecnicamente sulle SOA e che non ammette perdite di tempo nell'analisi dei processi di business, è quello che la società sta elaborando con la nuova piattaforma denominata 'Progetto Genesis', annunciata a settembre e di cui sarà tracciata la roadmap entro la fine dell'anno.

Al di là delle tematiche d'innovazione applicativa, della collaborazione in chiave Web 2.0 e degli annunci (tra i quali una versione certificata per le reti Swift dell'ESB Acqualogic per il mondo finance), il BEAWorld 2007 di Barcellona è stato occasione di scambio e presentazione delle esperienze aziendali più significative.

Come quella su scala globale di British Airways, che ha usato tecnologia BEA per adeguarsi alle sfide del mercato low-cost e alle forme d'inter-

azione con gli utenti, attraverso portali online e chioschi. Ma anche, più in piccolo, dell'italiana Natuzzi, che ha sfruttato middleware e servizi professiona-

li BEA per esporre i servizi del proprio sistema informativo ai partner e ridurre l'impatto delle migrazioni a livello dei sistemi di produzione e ac-

sitivi utente basati su IP, equipaggiati con Java (cellulari e set top box tv). "Componenti sui quali si basano i nuovi servizi Alice di Telecom Italia, che contano oggi oltre un milione e trecentomila utenti - spiega Marco Casucci, head of Services & Services Enabler Unit di Italtel -. Lavoriamo anche con Fastweb, TIM e Poste Italiane, dove abbiamo avviato un test tecnico interno".

Per la filiale italiana di BEA, che in estate ha visto un

## USER CONFERENCE



I modi con cui le persone accedono alle informazioni stanno cambiando: se non si innova si diventa irrilevanti poiché queste persone useranno le informazioni in modo differente

ALFRED CHUANG, FONDATORE E CHAIRMAN DI BEA SYSTEMS

counting su SAP, come ci ha spiegato Erasmo Baldassarre, internet-extranet director della società.

Partner commerciale di BEA, Italtel ha invece presentato componenti carrier per interfacciare i sistemi d'erogazione di servizi tlc con i dispo-

significativo rinnovamento del management, questo sarà un anno importante, come ci spiega Marco Bucci (già in IBM e responsabile italiano di Remedy), da luglio vice president per la mediterranean region di BEA System. "Nostro impegno sarà andare oltre i tradizionali clienti nei mercati finance, tlc e PA dove abbiamo poche realizzazioni, benché significative - spiega Bucci -. Questo lavorando di più con partner come Accenture e altri, per portare a livello territoriale soluzioni per la creazione di portali, l'interazione B2B, il mashup di servizi, queste ultime di particolare significato per la PA e le aziende collegate". [cwi]

## Dalla SOA all'infomobilità con Fiat

La tecnologia BEA sarà alla base di un nuovo progetto di infomobilità di Fiat che partirà a novembre e coinvolgerà Telecom Italia per l'erogazione dei servizi e Magneti Marelli per i terminali, a loro volta dotati di software Microsoft. Il sistema, che sarà disponibile sulle nuove auto del gruppo torinese, accederà remotamente a un layer SOA, creato con middleware BEA. Il progetto, a cui ha collaborato come system integrator Accenture, è considerato da Gianni Canal di Telecom Italia un pilota per l'adeguamento della rete tlc all'erogazione su più larga scala di servizi innovativi. "Servizi che le terze parti potranno liberamente aggregare con i propri e costruirvi valore aggiunto".

## SCENARI

Strategie, mercati, notizie e commenti dal mondo della convergenza

### • Tlc, lo stato del mercato italiano

Anche le tlc italiane sono vittime della concentrazione. Un articolo del Sole 24 Ore fotografa la situazione del mercato nostrano. Sempre più numerosi i piccoli gestori e provider che chiudono i battenti: l'UMTS ha disatteso le aspettative, Telecom Italia resta sempre troppo forte, Vodafone acquista peso, mentre i margini derivanti dal tradizionale servizio voce si assottigliano. In quattro anni il numero degli operatori attivi sul fisso è praticamente dimezzato. Non

sorprende che, in tale clima, siano in molti a pensare a cessioni e dimissioni. A ridare vivacità al mercato - leggiamo sul quotidiano - potrebbero essere gli MVNO, i nuovi operatori come Coop, Conad o Poste, che offrono servizi di telefonia mobile attraverso la rete di un altro carrier.

### • L'Europa rimandata in fibra ottica

Sulle pagine di Affari&Finanza del quotidiano La Repubblica una riflessione sull'investimento mondiale in fibra ottica, basato su un recente e illuminante studio dell'Autorità britannica Ofcom che annuncia le cifre investite dalle varie telecom per quanto riguarda proprio le fibre ottiche. Mentre il Giappone si dà come obiettivo entro tre anni di coprire il 95% della popolazione e gli USA arriveranno al 40%, l'Europa è molto lontana. E l'Italia per il momento copre solo il 5% della popolazione. Affari&Finanza collega i dati Ofcom alle stime sulla cosiddetta tv via Internet (la IPTv), spiegandone il significato e i possibili sviluppi anche in termini di accessibilità. Una rivoluzione, spiega l'articolo, destinata a molti, ma che non può prescindere dalla capacità di trasporto delle tecnologie ottiche.

### • I telefonini? Saranno da toccare

E' uno studio condotto da ABI Research a prevedere che entro il 2008 saranno distribuiti oltre 100 milioni di cellulari con touch screen. Questa categoria di apparecchi è rappresentata in primis dall'iPhone di Apple, ma anche dal Prada LG (nella foto) e alcuni modelli di Samsung e Sony Ericsson. I touch screen e i touch pad stanno guadagnando sempre maggiore popolarità tra gli utenti, poiché a quanto pare rendono più intuitivo, facile e piacevole l'uso del dispositivo mobile, e questo, per i produttori, corrisponde a un aumento dei ricavi medi per utente. Per questo motivo i grandi nomi del settore sono ben disposti a investire nella tecnologia in questione e lanciare i cellulari da toccare. La società di ricerca si aspetta che più di 500 milioni di cellulari che saranno venduti nel 2012 supporteranno il sistema touch.



### • E' di moda il gioco Bocconi

Si chiama Fashion Empire ed è un videogame Java per telefonini sviluppato con l'aiuto dei docenti del Master in Fashion, Experience and Design Management (Mafed) dell'Università Bocconi, in collaborazione con il Times Online. Si tratta di un gioco di simulazione strategica che mette alla prova le capacità manageriali dei concorrenti, che devono realizzare e gestire per un anno virtuale un'impresa della moda, prendendo decisioni strategiche che vanno dalla localizzazione dei negozi nelle capitali europee della moda, Milano, Londra e Parigi, alla produzione e distribuzione dei prodotti. Un apposito 'Fashion Stock Exchange' compara i punteggi e crea classifiche suddivise per nazioni. Fashion Empire può essere scaricato online dal sito dell'ateneo.

In collaborazione con il sito [www.telconews.it](http://www.telconews.it)

# I servizi di networking dietro il nuovo boom dell'outsourcing

Crescita del 78% in Europa nella prima metà dell'anno. Tre telco tra i primi sei fornitori

(o.f.) Dopo un 2006 relativamente calmo, nella prima metà di quest'anno il mercato dell'outsourcing si è risvegliato di colpo: secondo le stime di TPI, società di ricerche e consulenza specializzata in outsourcing, i nuovi contratti (da 40

## SERVIZI IT

milioni di euro in su) sono aumentati del 78% come valore (12,3 miliardi di euro), arrivando a rappresentare più della metà di tutti i nuovi contratti firmati nel mondo nei primi sei mesi.

Fino a qualche anno fa, l'Europa continentale rappresentava non più del 12% del mercato mondiale dell'outsourcing, e solo Germania, Francia e Olanda arrivavano a una quota dell'1%. Oggi anche l'Italia, il Belgio, la Norvegia e la Svizzera hanno più dell'1%, commenta TPI. Il va-

lore record del 'new business' in Europa è dovuto a cinque megadeal (oltre gli 800 milioni di euro di valore), quattro dei quali nell'area del network outsourcing, che sta portando

le telecom ai vertici della classifica dei top outsourcer. In particolare, BT è passata dal 13esimo al secondo posto, con contratti per 40 milioni (compresi i rinnovi), mentre Alcatel-Lucent è passata dal 15esimo al quinto posto ed Ericsson dall'11esimo al sesto.

Anche gli altri big tradizionali europei (Atos Origin, Capgemini, Siemens e T-Systems) hanno fatto progressi, aggiudicandosi il 27% dei nuovi contratti contro il 16% degli ultimi cinque anni.

Non è altrettanto brillante l'andamento del mercato dell'outsourcing a livello mon-

diale: nei primi sei mesi il valore dei nuovi contratti è aumentato del 6% rispetto al 2006 (22,6 miliardi considerando i contratti da 40 milioni in su), ma è diminuito del 13% se si prendono come base gli scorsi cinque anni. Un rallentamento che TPI attribuisce essenzialmente alla tendenza da parte delle aziende in cerca di risparmi a breve termine ad affidare la gestione di alcuni processi anziché in outsourcing a strutture interamente di proprietà (captive) in località offshore. Ciò non toglie che anche la componente offshoring a terze parti stia crescendo: TPI stima che il 59% dei contratti conclusi nei primi sei mesi di quest'anno, il tasso più alto di sempre, prevedessero in qualche misura il delivery in offshore dei servizi dati in gestione. [cwi]



La sede di I.Net a Milano

## I.Net, da internet a full service provider

(o.f.) Mentre BT assurgeva nei mesi scorsi a secondo maggior outsourcer in Europa, anche il suo braccio in Italia, I.Net, nel suo piccolo, faceva passi avanti nella sua strategia di trasformazione da ISP, qual era al suo esordio nel 2000, a 'full service provider'. Al ritmo di un nuovo contratto al mese, la società diretta da Enrico Casini, realizza ormai quasi metà del fatturato dall'outsourcing selettivo (o managed service) di sistemi, sicurezza e applicazioni (da SAP a Oracle, alle applicazioni web multimediali e di e-commerce, grazie alle competenze ereditate con l'acquisizione di ErpTech), cui si aggiunge la network integration (30% dei ricavi, il resto è hosting, sistemistica e connettività). Questi contratti di outsourcing selettivo hanno in genere una durata limitata (2-3 anni) e si riferiscono a processi e funzioni molto precisi, la cui definizione rende talvolta i tempi di contrattazione non dissimili da quelli di un contratto tradizionale di outsourcing (quelli di 6-8 anni e centinaia di milioni di valore). "Si arriva anche a nove mesi", dichiara la portavoce Barbara Siliquini. Tra i nuovi clienti di outsourcing di I.Net figurano KeyClient, società nata dallo spinoff della divisione Carte di Credito di Deutsche Bank ed entrata a far parte dell'Istituto Centrale Banche Popolari

(ICBPI), che entro fine anno deve rendere i suoi sistemi informativi (host e sistemi dipartimentali) completamente autonomi da quelli di Deutsche Bank. Mentre la gestione di mainframe e sistemi proprietari è stata affidata a uno specialista, la società ha scelto I.Net per la gestione in-house dei sistemi aperti (server midrange e desktop) e dei servizi internet e di sicurezza. Un altro esempio è Class Editori, casa editrice specializzata nell'informazione finanziaria, che ha scelto I.Net per l'outsourcing sia dell'infrastruttura sia dell'applicazione mission-critical, cioè la pubblicazione sul web della controllata dell'editoria elettronica, e-Class. Una cosa è certa: l'outsourcing applicativo e quello della sicurezza ICT, i due segmenti più vivaci del mercato dell'outsourcing in Italia, stanno trainando la crescita della società sia a livello di ricavi (+14% a 75 milioni di euro nell'esercizio chiuso lo scorso marzo) sia dei profitti (+34% a 4 milioni, contro una perdita netta di 2,3 milioni l'anno scorso), nonostante la continua contrazione del business dell'hosting.

# RIA, applicazioni più 'ricche' per il web di nuova generazione

Questo nuovo tipo di applicazione web favorisce un'esperienza d'uso migliore rispetto ad HTML

## ■ DI DON RIPPERT\*

Oggi la maggior parte delle esperienze che gli utenti hanno con i siti web si somigliano. Si apre la homepage, quindi si naviga attraverso una serie di click su altre pagine fino ad arrivare a quella con l'informazione o la funzione ricercata. Probabilmente si è talmente abituati a usare il metodo "sfogliare un libro" per accedere ai contenuti del web che non ci si pone neanche il problema.

Fino a che non ci si trova davanti a un'applicazione come Google Maps e allora la differenza si percepisce im-

mediatamente. Google Maps, il servizio che offre mappe e cartine online, non assomiglia per nulla a una applicazione web di tipo hypertext markup language (HTML). È, infatti, una Rich Internet Application (RIA) – un nuovo tipo di applicazione web basato su un set di tecnologie per l'interfaccia con l'utente che forniscono un'esperienza d'uso significativamente migliore rispetto al semplice HTML. Si pensi alle RIA come ad applicazioni web facilmente dispiegate che forniscono lo stesso livello di ricchezza e di risposta delle applicazioni desktop.

Il linguaggio HTML ha reso possibile gli straordinari progressi del World Wide Web ma, in quanto linguaggio di applicazione web di prima generazione, soffre di alcune limitazioni – delle quali una delle più notevoli è la necessi-

tà di connettersi a un server e di aggiornare la pagina ogni volta che l'informazione viene modificata.

Le RIA offrono prestazioni

**Le previsioni tecnologiche elaborate da Accenture per il periodo che va dal 2006 al 2010 identificano le RIA come una delle dieci più importanti tecnologie emergenti**



Google Maps è una delle RIA di più alto profilo

superiori perché sono in grado di utilizzare meglio la potenza di calcolo e le altre risorse del computer dell'utente anziché essere dipendenti dal server. Con le RIA i calcoli possono

lo schermo non debba essere ridisegnato ogni volta che l'utente compie un'azione, come succede invece con l'HTML. Ciò rende la navigazione più semplice e fluida.

Non più costretti a "sfogliare il libro" usando l'HTML, gli utenti possono compiere più operazioni online grazie alle RIA e, per esempio, finire una transazione in meno fasi. Le RIA inoltre superano le limitazioni tecniche di programmazione dell'HTML, come l'impossibilità di trascinare oggetti da un'applicazione a un'altra.

Le previsioni tecnologiche di Accenture per il periodo

## E se su ogni scrivania ci fosse un bel supercomputer?

Dalla ricerca USA un prototipo che combina elaborazione parallela e nuove tecnologie di CPU

Che cosa accadrebbe se un pc desktop funzionasse 100 volte più velocemente di un pc tradizionale e fosse sufficientemente semplice da programmare anche per uno studente di liceo? L'ipotesi non è così remota come potrebbe sembrare. I ricercatori della statunitense Università del Maryland hanno infatti realizzato un prototipo di 'supercomputer desktop' che promette di farlo. Certo ci vorranno almeno ancora tre anni perché la nuova macchina possa approdare sul mercato, ma una volta sbarcata potrebbe avere un

effetto dirompente in tutti quei settori che macinano grandi quantità di dati. Tra questi si parla di farmaceutico, aerospaziale, militare e intrattenimento, per quanto riguarda applicazioni come la modellazione di farmaci, il CAD (computer-aided design) e la



creazione di contenuti digitali.

### 64 processori ARM in rete

Il computer Explicit Multi-Threading (XMT), questo il suo nome, combina la vecchia tecnica dell'utilizzo di algoritmi di elaborazione parallela con l'enorme numero di transistor dei processori moderni. Il tutto sfruttando tre chip FPGA (field-programmable gate array) di Xilinx per rappresentare una rete di 64 processori ARM dedicati al controllo di dozzine di thread di elaborazione simultanei, spiega Uzi Vishkin, professore dell'A. James Clark School of Engineering che ha costruito la macchina con i suoi studenti. Il team sta ora cercando di rimpicciolire il prototipo portandolo da una scheda delle dimensioni di una targa d'automobili

## Perché no? Ma a tre condizioni

Supercomputer sul desktop. Fantascienza? Mica tanto, perché già oggi c'è qualche potenziale utente che, a certe condizioni, potrebbe sfruttare le capacità di uno 'strumento' del genere. Ne parla l'edizione Usa di Computerworld, che ha trovato orecchie sensibili al supercomputer XMT di cui si parla nell'articolo di questa pagina. Si tratta del responsabile tecnologico del campus del Rocky Mountain College of Art and Design di Denver, secondo il quale "Un supercomputer del genere sarebbe estremamente utile per studenti e artisti che devono elaborare una enorme quantità di dati per la creazione di immagini e filmati digitali". Attualmente, spiega il settimanale, gli studenti del college devono spesso stare fino a 10 ore in attesa che il loro Pc finisca di elaborare i dati per un nuovo disegno. E comunque il responsabile del college non si nasconde che occorrono alcune condizioni per rendere praticabile l'utilizzo del supercomputer. Anzitutto questo dovrebbe disporre di una grande capacità di memorizzazione dati; poi poter gestire software standard (viene citato, ad esempio, Creative Suite 3 di Adobe); infine dovrebbe consumare una quantità di energia almeno paragonabile se non uguale, a quella dei computer oggi in circolazione.

funzionante a 75 MHz a una versione con un clock da 1 GHz e 2 GHz grande quanto un'unghia. Il primo passo verso questo obiettivo è stato compiuto questa estate commissionando a IBM la produ-

zione di un ASIC (Application-Specific Integrated Circuit) con una rete di interconnessione dati su chip.

Anche se dovessero avere successo nella costruzione di una versione più piccola del

## Il mondo nel tuo browser?

Il lancio di Google Spreadsheets nel 2006, insieme all'acquisizione da parte di Google del word processor online Writely, sono da molti visti come i più recenti tentativi della società di virare il mondo informatico verso applicazioni web-based che sono agnostiche rispetto ai sistemi operativi. È il segno che Web 2.0 - un'espressione che sta a definire una nuova generazione di tecnologie web più pratiche e produttive - è in piena crescita. Le RIA sono una premessa essenziale di Web 2.0 e segnano un'importante pietra miliare nell'evoluzione di Internet, delle applicazioni per il consumatore e per il business e forse della stessa industria del software.

Alcuni osservatori del settore prevedono che i consumatori passeranno in massa all'uso di applicazioni web-based gratuite, portando così al declino di Microsoft Office. Questa previsione tuttavia tralascia un punto importante: e cioè che i prodotti Microsoft offrono una funzionalità e una facilità di utilizzo di gran lunga maggiori.

La versione web di Outlook, sviluppata da Microsoft nel 1998, è stata una delle prime RIA a larga diffusione e la società non resta con le mani in mano. Microsoft continua ad essere ben posizionata con i suoi investimenti nei nuovi Windows Live e Microsoft Office. La versione del 2007 del sistema Microsoft Office fornirà una piattaforma alternativa con cui costruire alcune forme di RIA e si completerà con tecniche AJAX e con la piattaforma di sviluppo delle RIA Adobe Flex. **(d.r.)**

2006-2010 identificano le RIA come una delle dieci più importanti tecnologie emergenti. I motivi sono che aprono la strada a vasti miglioramenti nell'utilizzo e nella produttività delle applicazioni web-based e che aumentano l'utilità del Web come piattaforma di calcolo (si veda il

prototipo, i ricercatori dovranno affrontare anche la sfida di insegnare ai programmatori come creare software funzionante su un sistema multi-threaded. Molti fornitori di software commerciale stanno già affrontando lo stesso problema mentre cercano di adattarsi agli ultimi processori dual e quad core proposti da Intel e AMD. Tuttavia, Vishkin afferma che il suo sistema sarà più semplice da programmare rispetto alle applicazioni pensate per i chip multicore poiché gli algoritmi XMT appaiono al sistema come un unico thread. Per provare il suo punto di vista Vishkin ha intenzione di avviare l'insegnamento della programmazione su XMT a studenti delle classi superiori usando una versione del linguaggio C. E a programmare il prototipo vero e proprio nel 2008. **[cwi]**

box "Il mondo nel tuo browser?").

Oggi Google Maps è una delle RIA di più alto profilo, a dimostrazione di come la tecnologia possa arricchire la qualità, la capacità di risposta e l'affidabilità delle applicazioni business-to-consumer. Anche la filiale americana della Mini si è affrettata ad adottare questa tecnologia: i clienti possono configurare una Mini Cooper con tutte le caratteristiche desiderate sul sito dell'azienda, vedendo la macchina dei loro sogni prendere forma davanti ai loro occhi. Ora il sito genera più di metà dei contatti di vendita della società. Ancor più notevole è il tasso medio di conversione in vendite effettive relativo ai clienti che configurano un'auto online: un'impressionante 30%.

Nel mondo delle imprese anche Salesforce.com - la prima a introdurre in Internet l'automazione delle forze di vendita e i software per le relazioni con il cliente - sta facendo leva sulle RIA per fornire agli utenti una nuova grande opportunità, che consiste nel mettere il suo servizio software in grado di interagire con la ricca interfaccia grafica di software pacchettizzati

molto diffusi come quelli di Oracle. Grazie alle RIA, Salesforce.com può offrire un gran numero di possibilità di automazione del lavoro di squadra, come la gestione di progetti, la gestione collaborativa delle scadenze di lavorazione, la gestione dei documenti e delle comunicazioni di squadra. Questi sono i tipi di applicazioni che non si potrebbero tentare con l'HTML che è stato pensato innanzitutto per presentare dei contenuti recuperati da un server. Le RIA, invece, consentono la distribuzione invisibile delle applicazioni che girano sul computer di un utente.

Accenture Technology Labs si è già focalizzata sulla prossima frontiera delle applicazioni: le RIA come front end per architetture orientate ai servizi (SOA). Con una SOA le applicazioni per il business sono costituite da servizi indipendenti, riutilizzabili e interoperabili. Presto sarà pratica comune - specie tra le organizzazioni ad alte performance - che i manager di funzione assemblino servizi di tecnologia utilizzando componenti riutilizzabili sviluppati dalle loro controparti nelle IT.

Le RIA giocheranno un ruolo chiave in questo processo permettendo agli utilizzatori finali di riconfigurare i servizi IT per soddisfare i bisogni di business, senza richiedere

grandi quantità di lavoro tecnico. L'HTML manca semplicemente dell'interattività e della funzionalità necessaria per permettere agli utenti di manipolare componenti complesse come i servizi web.

### Il vantaggio di muoversi per primi

Le società che nei loro siti web offrono transazioni o processi complessi caratterizzati da più fasi (dove gli utenti devono "sfogliare" molti contenuti per raggiungere la desti-

ogni caso, dal momento che il mercato riconosce il valore di tale applicazione web molte aziende vi stanno investendo allo scopo di rendere le loro piattaforme e i loro strumenti facili da usare (si veda il box a lato). Salesforce.com è solo un esempio di società che non sta ad aspettare che gli standard, gli strumenti e lo sviluppo del mercato maturino completamente. Utilizzando tecnologie innovative come le RIA, Salesforce.com - con la sua



nazione desiderata) troveranno particolarmente utile riformulare queste applicazioni con le RIA. Altre possibili applicazioni sono quelle ad alta concentrazione di dati, come la gestione dei progetti e la business intelligence.

Costruire una RIA oggi richiede un investimento significativo di tempo e denaro. In

piattaforma AppExchange - ha rafforzato notevolmente la sua posizione di azienda leader del modello di software come servizio. Per questa società, e per altre pioniere delle RIA, vale la pena partire in pole position. **[cwi]**

\* Chief Technology Officer di Accenture

## Prendere velocità: nuovi strumenti e standard

Un insieme emergente di nuovi strumenti, standard e tecniche di sviluppo consente la crescita delle RIA. AJAX (Asynchronous JavaScript and XML), al momento il più importante, è utilizzato in siti come Google Maps e nel servizio di condivisione di fotografie Yahoo's Flickr. OpenLaszlo è un esempio di piattaforma open-source per lo sviluppo delle RIA (in origine sviluppata da Laszlo Systems, ma ora parte della comunità open-source). La velocità sta aumentando dato che colossi industriali, tra cui IBM, Oracle e Microsoft, spingono per una diffusione maggiore delle RIA. Start-up come Nexaweb Technologies, che fornisce una piattaforma per costruire RIA aziendali, stanno comparando sulla scena. TIBCO Software, un operatore di integrazione di applicazioni aziendali, sta integrando una piattaforma RIA nelle sue linee di prodotto esistenti.

È comunque ancora difficile e costoso costruire una RIA che funzioni bene su un'ampia gamma di piattaforme. Molte stime indicano che le RIA non faranno parte dello sviluppo dei sistemi a larga diffusione fino alla fine del 2010. I quadri in cui costruire le RIA sono esclusivi e prendono la forma di browser plug-in, applets Java o controlli ActiveX, che richiedono download pesantissimi, almeno la prima volta che l'applicazione gira. Come avviene per qualsiasi nuova tecnologia, c'è al momento una mancanza di sviluppatori capaci. Nonostante tutte queste sfide, la promessa di una migliore esperienza per gli utenti e di un carico ridotto sui server di back-end sta già spingendo le aziende a cominciare a riscrivere i loro siti utilizzando AJAX e DynamicHTML (DHTML). **(d.r.)**

# CIO Awards, ora si può davvero essere 'customer driven' con l'IT

CRM in evidenza nel premio di CIO Magazine. I casi di Washington Mutual, Best Buy e Hilton

Nella recente rassegna '100 CIO Awards 2007' di CIO Magazine (vedi i riquadri a pag. 14 e 15), i progetti più innovativi sono

## CASI UTENTE

risultati nell'area front office. Sono casi in cui internet permette di realizzare nei fatti il concetto di customer-centric, e dimostrano che chi riesce davvero a dare al cliente ciò che vuole su internet, ottiene benefici di 'bottom line', proprio come dicono i libri. Ma come dare davvero più spazio al cliente evitando gli errori che hanno fatto fallire migliaia di progetti di CRM su internet?

I casi del CIO Award insegnano che i passi critici sono tre: scoprire tutto ciò che si può sul cliente; costruire un sistema che anticipa le sue esi-

genze; e rimuovere i vincoli posti dai propri processi di business, lasciando libertà d'azione al cliente. Li ritroviamo tutti nei tre casi di miglioramento dell'esperienza cliente premiati da CIO: Washington Mutual, Best Buy e Hilton Hotels.

### Mai più code in banca

Washington Mutual (WaMu) non è certo il primo caso di online banking. Quel che è nuovo è che chi vuole aprire un conto corrente presso la banca (che ha sede a Seattle, si rivolge a consumatori e piccole imprese e gestisce 132 miliardi di dollari di asset), non deve alzarsi dalla scrivania: basta che abbia un computer collegato a internet. E

questo vale non solo per i clienti, ma anche per chi non è mai entrato in una filiale WaMu. E a questo punto potrebbe non farlo mai.

Un correntista vuole convenienza, facilità d'uso e velocità da un sito bancario. "Per rendere più facilmente fruibile il sistema, che si chiama Instant Checking, abbiamo messo gran parte del processo nelle mani del cliente, anche se ciò ha comportato non pochi problemi", spiega Deb Hor-



"Lasciare che i clienti possano scegliere da soli è il modo migliore di conquistarli": così Tim Harvey, CIO di Hilton Hotels (nella foto il resort di Sorrento), spiega lo sviluppo di e-Events, un sistema web per prenotare stanze, sale per eventi e conferenze, cibo e bevande, dispositivi audio e video

vath, CIO di WaMu. Uno dei più critici è stato la necessità di autenticare le transazioni. La soluzione è un sistema che 'cattura' l'immagine digitale della firma del cliente sul primo assegno relativo al nuovo conto, e la registra in un appo-

sito sistema di archiviazione. WaMu ha dovuto convincere il legislatore che questo metodo poteva rimpiazzare adeguatamente quello precedente, basato su tessere di autenticazione (signature card).

I clienti di WaMu sono ora in grado di aprire un conto in 7 minuti, un enorme passo avanti rispetto ai 45 giorni necessari in precedenza. Di conseguenza ora WaMu riceve 2.700 richieste d'apertura conto al giorno: prima erano 100. Senza dimenticare i milioni di dollari risparmiati dalla banca in termini di lavoro amministrativo, carta e così via.

Secondo Horvath, per

## I criteri di premiazione

CIO Magazine ha sollecitato le candidature per i propri Awards alla fine del 2006, raccogliendone diverse centinaia da vari continenti tra gennaio e febbraio 2007. Le selezioni sono state fatte dalla redazione di CIO, che ha 'scremato' i casi in base a quattro criteri - innovazione, valore di business, leadership, collaborazione con partner e utenti finali -, e poi ha scelto i 100 migliori in termini di generazione di valore tramite l'uso di tecnologie innovative, o di tecnologie consolidate in modo innovativo. Riportiamo alcuni dati sui vincitori nel box 'CIO 100, qualche dato'. Ulteriori dettagli si trovano all'indirizzo [www.cio.com/cio100/2007/](http://www.cio.com/cio100/2007/).

## BEST PRACTICE MVNO: a chi conviene veramente?



DI POMPEO CARDARELLI\*

L'avvio delle attività dei Mobile Virtual Network Operators (MVNO) in Italia crea una serie di aspettative, ma pone subito un quesito molto importante: quali vantaggi, e per chi, da questi nuovi operatori? Alcune opinioni in merito sono

emerse nel recente convegno sugli MVNO organizzato da ANUIT (Associazione Nazionale Utenti Italiani Telecomunicazioni). Nonostante l'entusiasmo che si riscontra verso il teorico allargamento del mercato, la nostra opinione è diversa da quanto dibattuto nel citato convegno ed è che sarà abbastanza difficile avere seri vantaggi sul fronte dei prezzi sia per le aziende medio-grandi sia per le piccole; i vantaggi possono esserci sul fronte dei servizi. Un discorso forse diverso si potrà presentare per alcune fasce di utenti privati.

Vediamo perché. I cosiddetti operatori 'infrastrutturati' (quelli che hanno una propria infrastruttura di rete, con antenne e tutto il resto) ovvero TIM, Vodafone, Wind e 3 (H3G Italia) hanno in pratica il controllo del mercato. Per questi operatori gli investimenti per la realizzazione e

l'aggiornamento delle infrastrutture di rete e i costi per il loro esercizio rimangono una voce significativa dei costi.

E' opportuno ricordare che IPSE 2000 si è aggiudicata una licenza UMTS, ne ha pagato parte, ma non ha mai avviato il servizio e che Blu dopo essersi ritirata dalla gara per le licenze UMTS ha cessato la sua attività. H3G Italia (3) per ottimizzare i costi d'esercizio ha ceduto in outsourcing la rete a Ericsson. Sempre sul fronte dei costi c'è poi tutta la filiera dei costi del marketing e della catena di vendita.

D'altro canto le SIM in circolazione in Italia, solo per i due operatori maggiori, superano abbondantemente i 20 milioni di unità ciascuno, ma quante SIM siano realmente 'parlanti' e quante 'dormienti' in un cassetto o in un vecchio cellulare spento, è difficile saperlo. L'ARPU (Average Revenue Per

User) fornito dagli operatori non aiuta certo a capirlo in maniera affidabile.

Un operatore virtuale (quindi senza rete) si trova a comprare l'uso della rete dagli operatori infrastrutturati e a farsi in più carico di tutti i costi della sua rete commerciale e di assistenza al cliente. Non è molto facile in queste condizioni fare concorrenza agli operatori infrastrutturati sul fronte dei prezzi. Ai clienti che hanno un numero di SIM da alcune centinaia in su con volumi di traffico, sia voce che dati, di un certo rilievo gli operatori infrastrutturati praticano prezzi che è abbastanza ragionevole stimare simili a quelli che praticano agli operatori virtuali. Ai clienti con solo qualche decina di SIM gli schemi di prezzo praticati sono meno aggressivi, ma in questo caso la loro gestione è più onerosa. In questo scenario si vedono pochi

creare un buon sistema online occorre snellire un processo già esistente, "rimuovendo ogni passaggio che non abbia valore". Per esempio il sistema WaMu permette di aprire un libretto di risparmio mentre si apre un conto corrente: basta un clic in più. Prima c'erano due iter diversi, e il cliente doveva fornire i propri dati due volte. Il team di Horvath ora sta studiando come far leva sull'esperienza online del cliente per migliorare anche quella "tradizionale": "Se online si può aprire un secondo conto con un solo clic in più, perché questo non deve essere possibile anche in filiale?"

### Il consumatore visibile

"Best Buy ha sempre avuto un approccio incentrato sul cliente", spiega Bob Willett, CIO della catena di elettronica di consumo (31 miliardi di dollari di fatturato, 1.100 grandi magazzini in USA, Canada e Cina). Best Buy si è aggiudicata il CIO 100 Award grazie a Purchase Path, sistema di business intelligence proprietario che analizza i comportamenti d'acquisto a livello macro. Un approccio opposto a quello solito, che è di lavorare sui dati delle transazioni individuali. "Il nostro è

un metodo migliore per misurare e anticipare le esigenze del cliente - precisa Willett -: guardare ai dati d'acquisto aggregati invece che a quelli individuali dà alla nostra pianificazione la visibilità di collegamenti preziosi e non intuitivi tra le categorie d'acquisto".

Il primo obiettivo è stato l'aumento degli acquisti associati: non solo la TV, per esempio, ma TV e lettore DVD insieme. Man mano che scopre i trend d'acquisto, Purchase Path aiuta Best Buy a confezionare 'pacchetti' d'acquisto (per esempio un popolare tipo di cuffie con uno specifico laptop) o a mettere i due prodotti vicini sullo stesso scaffale. Il sistema inoltre individua i segmenti di clienti, e aiuta ad aumentare il fatturato in questi segmenti permettendo di modellizzare le future tendenze d'acquisto. Raccogliendo dati dalle casse, dai call center e da dispositivi proprietari usati nei punti vendita, e riclassificandoli in vari modi, Best Buy ottiene una dettagliata fotografia di quali prodotti i clienti vogliono, e decide come renderli disponibili e accessibili nel modo migliore.

Un'ottima misura dell'utilità di Purchase Path, dice Willett, viene dalle indagini

sulla soddisfazione dei clienti di Best Buy: "Nello scorso trimestre hanno raggiunto il record storico: le vendite e i risultati di un'azienda possono aumentare solo se il tasso di soddisfazione dei clienti si mantiene su livelli molto alti".

### Ospitalità via web

"Lasciare che i clienti possano scegliere da soli è spesso il modo migliore di conquistarli". Tim Harvey, CIO ed executive vice president global distribution services di Hilton Hotels, ha messo in pratica quest'idea di customer satisfaction legata al self-service nel progetto da cui è nato il sistema e-Events, che ha conquistato il CIO 100 Award di quest'anno. Si tratta di un sito web proprietario che permette di prenotare fino a 25 stanze per eventi, conferenze e party, fissare sale per meeting, ordinare cibo e bevande, e affittare dispositivi audio e video: insomma, la più completa applicazione di e-commerce nel settore ospitalità.

Tutto ciò è stato possibile integrando diversi processi in un'unica piattaforma, OnQ, che combina sistemi di CRM, gestione delle prenotazioni, business intelligence, nonché una soluzione che ottimizza il

prezzo in funzione della disponibilità in tempo reale.

Come sempre accade in progetti di questa portata, Harvey ha incontrato resistenze. Per esempio il reparto vendite era contrario a mettere il processo di prenotazione nelle mani dei clienti. "Ma gli abbiamo dimostrato che e-Events non avrebbe comportato una perdita di controllo per loro: semplicemente si tratta dell'apertura di un nuovo canale di prenotazione diretta, che 'apre' al cliente tutta l'offerta di Hilton, ma le vendite continuano a controllare disponibilità e prezzi delle camere e dei vari servizi".

La soddisfazione dei clienti, osserva Harvey, sta fortemente crescendo. Prima le prenotazioni per gruppi e meeting erano possibili solo telefonando in orario d'ufficio, e richiedevano diversi giri di telefonate. Con il rischio che nel frattempo i clienti si rivolgessero altrove. Il sistema e-Events, entrato in funzione

## Qualche dato sui vincitori

In media, le 100 aziende premiate dedicano il **39%** del budget IT a **nuovi progetti**.

Il ruolo dell'IT nell'innovazione: in **78 aziende** la direzione IT coordina i progetti innovativi

insieme ai responsabili di business, in **21** li guida direttamente, e **solo in una** si limita a implementarli.

### IN AZIENDA L'INNOVAZIONE PROVIENE NELL'ORDINE DA:

- 1) business unit o loro responsabili;
- 2) gruppi cross-funzionali creati ad hoc;
- 3) CIO o staff IT;
- 4) funzioni di staff di qualche business unit;
- 5) direzione/CEO.

### LE TECNOLOGIE PIÙ 'GETTONATE' PER I PROGETTI DEL 2008 SONO:

- 1) Virtualizzazione dei server;
- 2) Business intelligence/data mining;
- 3) Portali aziendali;
- 4) tecnologie wireless;
- 5) Web services.

nell'aprile 2006, è costato 1,5 milioni di dollari, ma nel primo anno d'attività ha portato 2,6 milioni di nuovo fatturato. Quest'anno secondo i piani ne porterà 19 milioni, e 65 milioni nel 2008: "Un ROI degno di una Presidential Suite", conclude Harvey. [cw]

marginari per un business con lauti profitti per gli MVNO e nel contempo seri vantaggi sul fronte dei prezzi per i clienti.

### I vantaggi per l'utenza privata

Uno scenario diverso si può presentare per l'utenza privata. Qui la potenziale base d'utenza si amplia molto e si possono generare sinergie con altri business. L'eventuale miglior prezzo del servizio di telefonia mobile per il cliente e quindi il ristretto margine per l'operatore virtuale si può sposare con accresciuti margini su altri business di cui l'operatore virtuale dispone. Non è un caso che i primi attori operativi in Italia come operatori virtuali facciano parte della grande distribuzione organizzata (Carrefour, Coop). Per loro i costi della catena di vendita sono già coperti dall'attività primaria: hanno aggiunto un

**In questo scenario si vedono pochi margini per un business con lauti profitti per gli MVNO e nel contempo seri vantaggi sul fronte dei prezzi per i clienti**

prodotto a decine di altri sugli scaffali. Il prodotto SIM può rendere poco, ma può essere la base per servizi destinati solo agli utenti del loro servizio mobile e quindi sinergico ad altre attività di fidelizzazione dei clienti per il business di riferimento. Ad esempio possono veicolare sulle SIM servizi e facilitazioni per il pagamento.

### Vantaggi di servizio

Per continuare l'analisi dei vantaggi che possono derivare alle aziende sia grandi che medio-piccole abbandoniamo il terreno dei prezzi e rivolgiamo la nostra attenzione a quello dei servizi. Qui gli operatori che forniscono soluzioni mirate alle aziende possono avere un loro ruolo e portare vantaggi alle aziende. La base di utenza può essere contenuta, ma redditizia per gli operatori. Nello stesso tempo le aziende possono soddisfare in maniera professionale specifiche esigenze che non hanno trovato efficaci ed efficienti risposte fino a ora. Gli operatori infrastrutturati sono così impegnati a tenere legata l'utenza privata che hanno e a conquistarne di nuova che non hanno molto tempo per le aziende. Ad esempio, tutta l'area della convergenza dei servizi fisso e mobile può trovare in un

operatore fisso che diventi anche operatore mobile virtuale una risposta concreta ed efficace. Su questo fronte però l'unica proposta all'orizzonte sembra essere quella di BT Italia, che dovrebbe concretizzarsi entro la fine del corrente anno. Questa è una grossa opportunità, c'è da augurarsi che venga colta nella sua interezza. Il timore che si ripeta quanto successo con la corsa al rilascio delle licenze individuali per l'installazione e l'esercizio di reti di telecomunicazioni aperte al pubblico - il Ministero delle Comunicazioni ne ha rilasciate più di 230, ma gli operatori attivi sono ben lontani da quel numero - è molto forte. Ci auguriamo che sia solo un timore.

\* Network and Telecommunications Subject Matter expert di Compass Management Consulting Italia

# BUSINESS INTELLIGENCE ieri, oggi e domani

Lo stato dell'arte  
e le prossime evoluzioni  
di una categoria  
di soluzioni  
in costante  
miglioramento

**S**ul fronte delle applicazioni di livello enterprise, l'ambito che forse più di tutti ha marcato una profonda evoluzione in questi anni è quello della business intelligence. Un'evoluzione abilitata da nuove tecnologie importanti, in prima istanza sicuramente web, ma che ha prodotto un effetto a catena su molti ambiti applicativi trattati, sulle modalità di produzione e di fruizione delle informazioni (fino a pochi anni fa i report erano quasi esclusivamente prodotti su carta), sulle tempistiche delle elaborazioni e sui periodi di tempo oggetto delle analisi. Un percorso costante, quindi, che oggi può essere utile molti ripercorrere brevemente per fare il punto sullo stato dell'arte, ma soprattutto per capire quali siano le evoluzioni future che ci attendono.

A questo proposito abbiamo rivolto due domande ad alcuni esperti del settore, legati sia a venditori

tecnologia sia a realtà attive nell'implementazione di progetti di BI.

Qui di seguito le domande che abbiamo loro rivolto e le risposte che abbiamo ricevuto (alcuni hanno preferito intervenire fornendoci una risposta unificata).

1. Che cos'è oggi la BI e che differenze sostanziali esistono rispetto a quella del passato?
2. Cosa sarà la BI tra 3/5 anni e quali saranno i fattori abilitanti di questa evoluzione?

**ANDREA ALFIERI**

*Marketing manager Board International*

1. La dinamica che ha caratterizzato la BI negli ultimi anni va ricercata nella sua sempre più ampia diffusione, che la sta trasformando da disciplina per