

PA: fulcro di innovazione?

È possibile pensare a uno Stato che vada oltre una sua maggiore efficienza per assumere un ruolo di traino e di facilitatore di un'innovazione diffusa sul territorio? Cosa si sta facendo, cosa è cambiato dal passato e i progetti che guardano a un futuro migliore



2016 **DIGITAL 360 AWARDS**

INNOVARE, UNA NECESSITÀ E TANTE POSSIBILITÀ CONCRETE

ZeroUno EXECUTIVE COCKTAIL

- LO STORAGE GESTITO CON UN CLIC
- FLESSIBILITÀ INFRASTRUTTURALE PER IL DIGITAL BUSINESS

ZeroUno EXECUTIVE DINNER

- IT TRANSFORMATION: BASTA L'APPROCCIO BIMODALE?

X
FINAKI

TECNOLOGIE E PERSONE: L'ALBA DI UN NUOVO MONDO

TAG: CIO E IT TRANSFORMATION


**DIGITAL 360
AWARDS**

Innovare, una necessità e tante possibilità **concrete**

di Valentina Bucchi

LA TAPPA CONCLUSIVA DEI DIGITAL360 AWARDS, NELLA QUALE SONO STATI PREMIATI I PROGETTI VINCITORI DELL'INIZIATIVA, È STATA ANCHE L'OCCASIONE PER PARLARE DI INNOVAZIONE: NON È SEMPLICE PER LE AZIENDE REINVENTARE I PROPRI MODELLI DI BUSINESS ATTRAVERSO IL DIGITALE, COME OGGI IMPONE IL MERCATO, MA ESISTONO LE CONDIZIONI PER CONCRETIZZARE PERCORSI SOSTENIBILI IN QUESTA DIREZIONE. SI TRATTA PER L'IT DI ACCETTARE LA SFIDA E CAPIRE QUALI SONO I COMPITI LEGATI AL RUOLO CHE I SISTEMI INFORMATIVI DEVONO ASSUMERE

Fare emergere la cultura dell'innovazione in ambito digitale in Italia; questo l'obiettivo del contest **Digital360 Awards**, giunto il 7 luglio alla sua tappa conclusiva: premiati 16 (vedi riquadro) dei 140 progetti innovativi candidati inizialmente, poi ridotti a 39 finalisti (le proposte sono arrivate sia da startup sia da noti brand del settore Ict, vdi riquadro nelle pagine successive), scelti da una giuria costituita da 50 Cio delle principali imprese e pubbliche amministrazioni italiane (si veda l'articolo a pag. 8 del numero di giugno di ZeroUno).

IL VOTO DEL PUBBLICO

L'evento, che ha visto ZeroUno, per il suo presidio storico della community Cio italiana, come riferimento primario del progetto Digital360 Awards, è stato anche l'occasione per rac-



cogliere un voto "popolare" da tutto il pubblico presente in sala che ha decretato vincitori tre progetti che ben rappresentano la varietà dei contenuti innovativi che ha caratterizzato gli Awards: terzo classificato **BankSealer**, soluzione per l'individuazione delle frodi nel campo del digital banking tramite la modellizzazione del comportamento degli utenti e l'associazione di un grado di anomalia a ciascuna transazione; secondo, **Mathesia**, una piattaforma realizzata in cloud per mettere a contatto le aziende alla ricerca di innovazione con professionisti (scienziati e matematici sparsi per il mondo) nell'ambito della modellistica, simulazione e data intelligence, primo, **Jarvis** (azienda **Iooota**), PaaS che permette alle aziende che producono beni fisici o servizi di profilare al meglio i propri clienti e garantire un'offerta sempre più mirata.

CIO CATALIZZATORE DI INNOVAZIONE: IL CHIEF INTRAPRENEURSHIP OFFICER

Il dibattito durante le tavole rotonde e gli interventi dei relatori hanno fatto emergere interessanti riflessioni su come le aziende stanno muovendosi in un mercato che impone alle imprese di rinnovarsi (pena la mancata competitività), ma offre anche i mezzi per farlo: "Durante questa iniziativa sono stati proposti progetti straordinari con tempi di realizzazione incredibili e costi ragionevoli, fino a poco tempo fa impensabili; iniziative che davvero riescono a dare al business un contributo concreto", dice Mariano Corso, Direttore Scientifico, **Partners4Innovation**.

Andrea Rangone, Ceo, **Digital360** ha sottolineato l'attuale fase evolutiva della figura del Cio giocando sull'acronimo, ri-

battezzandolo Chief Intrapreneurship Officer a sottolineare la nuova anima imprenditoriale che questo deve avere: "Il Cio diventa un catalizzatore di innovazione che non è solo evolutiva, di trasformazione dei sistemi, ma anche imprenditoriale": questi deve in sostanza riuscire a intuire le possibili implicazioni delle trasformazioni tecnologiche sul modello di business dell'impresa e sui suoi sviluppi imprenditoriali.

Concorda Stefano Mainetti, Ceo, **Polihub** che sottolinea quanto i sistemi informativi debbano oggi imparare a rischiare, a fare esperimenti, a tentare strade nuove, atteggiamenti tipici dell'imprenditore; quindi ha commentato, a proposito dell'incontro del mondo dell'impresa tradizionale con quello delle startup: "Queste non distinguono tra business e direzione It, ma sono per definizione il business gestito attraverso l'It: chi fa il prodotto e scrive software è la stessa persona che il giorno dopo lo testa, fa delle metriche e lo vende". Le startup hanno una cultura sperimentale e collaborativa completamente diversa da quella delle aziende tradizionali, che per motivi storici ha partizionato la gestione dell'attività in silos organizzativi: "La vicinanza delle prime alle altre sta innescando un

nelle foto, da sinistra a destra

Vincenzo Brusaporci, Chief Operating Officer, GalaLab; **Piera Fasoli**, Direttore dei Sistemi Informativi, Gruppo Hera; **Roberto Fonso**, Cio, Banca Popolare di Milano; **Fabrizio Rauso**, Chief Digital Officer, Sogei; **Gabriele Raineri**, Chief Information & Digital Officer, Engie Italia; **Debora Guma**, Cio, Carrefour Italia; **Andrea Rangone**, Ceo, Digital360; **Milo Gusmeroli**, Responsabile Servizi organizzativi sistemi informativi e sicurezza e Vicedirettore generale, Banca Popolare di Sondrio; **Luciano Guglielmi**, Cio, Gruppo Mondadori; **Roberto Burlo**, Head of Information Systems - Country Italy, Generali; **Massimo Rosso**, Direttore Ict, Rai-Radiotelevisione Italiana; **Umberto Stefani**, Group Cio di Chiesi Farmaceutici; **Stefano Mainetti**, Ceo, Polihub



cambiamento culturale interessante ed evidente”, dice Mainetti, che sottolinea quanto sia utile alle aziende tradizionali anche la cultura tipicamente analitica, orientata al dato delle start up, spesso carente nelle prime.

L'IMPORTANZA DEL DIALOGO

Umberto Stefani, Group Cio, **Chiesi Farmaceutici** insiste sull'importanza del dialogo come condizione indispensabile per poter fare innovazione: “L'Ict da solo non può portare avanti questo tema [supportare le strategie aziendali attraverso l'innovazione digitale - ndr] nei confronti dell'azienda: ci manca la competenza necessaria sul business, i processi, i prodotti. Per questo abbiamo messo intorno a un tavolo la ricerca e sviluppo, il marketing e l'It per capire come muoverci”. Stefani ci tiene però a sottolineare: “Non è un comitato operativo: i progetti che identifichiamo rimangono all'interno dell'azienda, nei vari dipartimenti; non credo in organizzazioni parallele che si muovono in maniera dissociata rispetto al resto dell'impresa”. Massimo Rosso, Direttore Ict, **Rai** ha sottolineato quanto i fenomeni della digital transformation siano caratterizzati da una crescita esponenziale, e non lineare, che li rende poco percepibili nelle fasi iniziali, ma molto difficili da controllare in quelle successive. Roberto Burlo, Head of Information Systems - Country Italy, **Generali** nota il cambiamento anche dal modo in cui l'azienda per la prima volta guarda all'It, “come elemento dirimente nel decidere la sorte di Generali da qui a 5 anni”, quindi tocca il tema del legacy: “La difficoltà nasce dal fatto che l'innovazione si innesta da un punto di vista architettonico su una filiera che ereditiamo dal passato e che dobbiamo fare evolvere”. Altri presenti hanno poi evidenziato come il Cio non possa oggi avere un ruolo distinto dal Chief Digital Officer: “Un Cio, nel futuro, potrà non essere un profondo conoscitore della trasformazione digitale?”, chiede Luciano Guglielmi, Cio, **Gruppo Mondadori**. Altri ancora sottolineano quanto l'elemento digitale nella strategia aziendale sia ormai da dare per scontato: “Si deve mettere il digitale al centro dell'azienda: il mio obiettivo è arrivare a eliminare l'aggettivo stesso 'digitale', inutile in un'impresa che è tutta digitale”, dichiara Fabrizio Rauso, Chief Digital Officer, **Sogei**. Sfidante infine la riflessione di Piera Fasoli, Direttore dei Sistemi Informativi, **Gruppo Hera**: “Noi mettiamo l'intelligenza nelle cose, ma la vera sfida è poi riuscire a essere più intelligenti di queste stesse cose: dobbiamo essere in grado di gestire una complessità e una eterogeneità di oggetti intelligenti, governandoli in modo efficace ed efficiente”. ■

I progetti vincitori

PREMI DI CATEGORIA TECNOLOGICA

INTERNET OF THINGS

■ **Everis Italia** - *Smart Waste Management* - Soluzione IoT per la raccolta intelligente dei rifiuti urbani - La sensoristica volumetrica al servizio della raccolta intelligente dei rifiuti urbani: monitoraggio in tempo reale del livello di riempimento dei cassonetti distribuiti alla cittadinanza, per abilitare il concetto di “pay per use”.

BIG DATA ANALYTICS

■ **Mathesia** - *Crowdsourcing di competenze matematiche e statistiche* - Una piattaforma dedicata alla matematica applicata in cui idee innovative e problemi industriali vengono analizzati dal punto di vista scientifico, con l'aiuto dei numeri.

CRM/SOLUZIONI PER MARKETING E VENDITE

■ **Ennova** - *SKILLO* - *L'assistente tecnico virtuale canalizzato al consumer* - Applicazione configurata per garantire il supporto di un vero e proprio tecnico digitale, in grado di gestire da remoto l'assistenza a tutti i tipi di device smart.

SOLUZIONI B2B (FATTURAZIONE ELETTRONICA, ACQUISTI E DEMATERIALIZZAZIONE)

■ **Bisy** - *Energy Data Validation* - *Una piattaforma as a service per per l'analisi delle fatture energetiche* - Soluzione in grado di dematerializzare e analizzare in modo automatico le fatture energetiche per ottimizzare i consumi.

IT ARCHITECTURE, SECURITY & GOVERNANCE

■ **Julia** - *Software Quality per Information Security* - Analizzatore statico semantico per i linguaggi Java e Android, basato sulla teoria scientifica dell'interpretazione astratta, in grado di identificare una vasta gamma di errori e vulnerabilità.

SMART WORKING, COLLABORATION ED E-LEARNING

■ **Arcadia Consulting** - *AAL* - *Arcadia Augmented Learning* - Metodologia che punta a facilitare il flusso di apprendimento, grazie all'abbinamento di aspetti metodologici, realtà aumentata e visori di realtà virtuale.

MOBILE BUSINESS

■ **Spindox** - *Apricono* - *Un'app per l'apertura di un conto nelle banche retail* - Consente l'apertura di un conto corrente direttamente via device mobile, grazie a un semplice selfie, migliorando la customer experience.



PREMI DI SETTORE

FASHION

■ **Qwince** - *Neuralya. Think Feel Decide* - Piattaforma per monitorare i comportamenti di acquisto - Piattaforma che applica principi neuroscientifici e opportunità offerte dalle tecnologie indossabili al marketing, per comprendere le dinamiche che sottostanno al comportamento d'acquisto dei clienti.

PA

■ **Parquery** - *Smart parking nella Città di Locarno* - Informazioni in tempo reale sull'occupazione dei parcheggi lungo le vie cittadine, per mezzo di algoritmi software di visione artificiale.

ASSICURATIVO

■ **looota** - *Jarvis* - *Una PaaS in ambito IoT per conoscere meglio i propri clienti* - Piattaforma as a Service che permette alle aziende che producono beni fisici e servizi di profilare al meglio i propri clienti e garantire un'offerta sempre più mirata.

RETAIL

■ **Cloud4Wi** - *Wi-Life Station* - *Servizi innovativi con il wi-fi nelle stazioni* - Soluzione che offre una connessione Wi-Fi ai visitatori delle stazioni, permettendo al Gruppo FS e a eventuali terze parti l'erogazione di servizi informativi e la raccolta di dati sul comportamento dei viaggiatori.

BANCARIO

■ **BankSealer** - *Il sistema di supporto semiautomatizzato alle decisioni per l'analisi delle frodi nell'Online Banking* - Soluzione per l'individuazione delle frodi nel campo del digital banking, tramite la modellizzazione del comportamento degli utenti e l'associazione di un grado di anomalia a ciascuna transazione.

UTILITY/ENERGY

■ **weAR** - *Marko* - *The next generation manual* - Piattaforma per creare manuali d'uso su oggetti reali, distribuiti tramite la realtà aumentata.

PREMI SPECIALI

STARTUP

■ **AnytIme** - *The Tavolo* - *Un tavolo per coordinare in un solo tocco tutte le funzioni dei centri d'emergenza* - Tecnologia touch screen per coordinare digitalmente tutte le funzioni manageriali durante le fasi di crisi dall'interno di un centro d'emergenza.

IMPATTO SOCIALE

■ **Anagramma** - *MyFoody* - *Proximity marketing nella distribuzione alimentare* - Soluzione di proximity marketing basata sull'economia circolare che mira a ridurre gli sprechi alimentari, informando in tempo reale i clienti della presenza nei supermercati di prodotti a rischio spreco, oggetto di promozioni e sconti.

DIGITAL TRANSFORMATION

■ **BT Italia** - *Digital Transformation e Omnicanalità* - *Big Data e IoT a supporto della relazione con i clienti* - Soluzione che armonizza diversi servizi abilitanti, dalla connettività alla customer experience omnichannel per incrementare il numero di visitatori e il tempo di permanenza nelle gallerie commerciali della Grande Distribuzione.

Un momento dei lavori, con i pitch dei progetti vincitori

