

Digital Transformation: la nuova strategia Almaviva

Gli attuali trend tecnologici stanno cambiando radicalmente i modelli di business aziendali. Almaviva risponde con piattaforme innovative e soluzioni capaci di apportare vantaggi competitivi come dimostrano i casi di successo



La digital transformation non è più soltanto uno slogan, ma è in pieno atto. Tanto da investire con forza le fondamenta di tutte le organizzazioni, che sono chiamate a reinventare il proprio modello di business e le relative infrastrutture

Francesco Barbieri,
Head of Cloud and Digital
Transformation Practice
di Almaviva



informatiche per stare al passo con il cambiamento. Una rivoluzione che va adeguatamente sostenuta e stimolata, in modo da rendere questo percorso il più lineare possibile e una reale opportunità per l'operatività aziendale.

È questo il compito che storicamente si è dato un operatore come Almaviva, che da sempre accompagna i processi di digitalizzazione e innovazione tecnologica del Paese, in particolare in alcuni mercati verticali come Pubblica Amministrazione Centrale e Locale, Transportation, Homeland Security & Difesa, Agricoltura, Banche & Assicurazioni. Una realtà che, per quanto riguarda il solo settore IT, può contare su circa

2.900 persone dedicate e un fatturato annuo di 380 milioni di euro, orientata prevalentemente a seguire il mondo large enterprise.

La sfida di Almaviva è abilitare un vero e proprio Digital Change e traghettare i clienti verso il Modern IT. Con questo obiettivo l'Azienda ha ulteriormente intensificato i propri sforzi e rinnovato la propria strategia, come racconta Francesco Barbieri, Head of Cloud and Digital Transformation Practice di Almaviva. «Quello che abbiamo sviluppato negli ultimi 8 mesi è un vero e proprio cambiamento copernicano nel modo di pensare l'Information Technology in senso ampio. Abbiamo creato una divisione dedicata alla Digital Transformation, con l'intento di portare ai clienti una visione nuova dell'IT, sia negli obiettivi che nelle modalità con cui si affrontano i processi di sviluppo delle applicazioni».

Applicazioni più aperte

La strategia Almaviva si basa su una considerazione tanto semplice quanto innovativa: siamo nell'era del digitale assoluto. Se un tempo l'IT doveva confrontarsi unicamente con il sistema informativo aziendale, oggi il Digital Change coinvolge l'intera organizzazione aziendale. A partire dalla customer experience, ovvero come l'utente percepisce la fruizione dei servizi IT. In secondo luogo è ormai impensabile non interagire con quello che Almaviva chiama il Physical Smart World, vale a dire il mondo degli oggetti connessi, che permettono di ottenere preziose informazioni. Infine si deve ragionare in ottica di ecosistemi, perché le aziende hanno sempre più spesso la necessità di dialogare in modo efficiente ed efficace con altri soggetti pari, che possono concorrere al successo del proprio business. E' quindi superato il concetto di classiche applicazioni verticali chiuse in se stesse.

La logica dell'IT del futuro prevede piuttosto la costruzione di piattaforme aperte e tarabili

ALMAVIVA

Sede legale e uffici
00137 Roma
Via di Casal Boccone,
188-190
tel. (39)-06.39931
fax (39)-06.39935775

(Hybrid integration platform), che consentano lo sviluppo delle applicazioni più adatte all'attuale contesto tecnologico e di business, in piena ottica DevOps. Oltre al Modern IT, più strettamente legato al mondo applicativo, Almaviva contempla nella sua strategia altri tre pilastri per abilitare la trasformazione digitale nelle grandi organizzazioni. In primis si punta a considerare le infrastrutture in ottica cloud native o, comunque, ad assicurare alla modernizzazione di quelle già esistenti. Importante è poi la creazione di processi più agili e robotizzati sia in termini di IT che di business. Infine il tutto va affiancato con una grande attenzione all'interoperabilità.

Casi concreti di successo in IoT, machine learning e blockchain

Al di là delle formule e delle strategie, nel concreto Almaviva si è dimostrata capace di accompa-

gnare effettivamente i clienti nel delicato processo di trasformazione digitale: «La blockchain è un nostro fiore all'occhiello, senza paura di smentita posso dire che siamo quelli che hanno il maggiore numero di casi effettivamente realizzati in Italia. L'investimento che abbiamo effettuato in questo ambito ci ha permesso di creare una business unit con circa 20 professionisti dedicati. Oltre il 90% dei progetti realizzati sinora può essere ricondotto al mondo del tracking & control, in linea con le richieste del mercato, il resto riguarda set-

tori di nicchia. Abbiamo ad esempio ideato una piattaforma di tracciabilità della filiera vitivinicola: tramite un tag NFC dietro la bottiglia del vino, il consumatore con il suo smartphone può così conoscere la storia della bottiglia dalla raccolta del chicco d'uva sino all'imbottigliamento. Chiaramente questo procedimento è applicabile a qualsiasi filiera del food, permettendo un controllo di ogni fase produttiva e impedendo le frodi». Almaviva sta poi lavorando con i suoi clienti grazie all'IoT in ambito industriale, in particolare con la realizzazione di una serie di progetti sulla manutenzione predittiva e sulla quality prediction. Dal punto di vista del machine learning, invece, la percezione di Barbieri è che «stia cambiando profondamente il modo in cui vengono oggi fatte le IT Operations, che sinora erano affidate a sistemi di monitoraggio statici in grado di individuare i danni una volta già accaduti. Gra-



gnare effettivamente i clienti nel delicato processo di trasformazione digitale: «La blockchain è un nostro fiore all'occhiello, senza paura di smentita posso dire che siamo quelli che hanno il maggiore numero di casi effettivamente realizzati in Italia. L'investimento che abbiamo effettuato in questo ambito ci ha permesso di creare una business unit con circa 20 professionisti dedicati. Oltre il 90% dei progetti realizzati sinora può essere ricondotto al mondo del tracking & control, in linea con le richieste del mercato, il resto riguarda set-

gnare effettivamente i clienti nel delicato processo di trasformazione digitale: «La blockchain è un nostro fiore all'occhiello, senza paura di smentita posso dire che siamo quelli che hanno il maggiore numero di casi effettivamente realizzati in Italia. L'investimento che abbiamo effettuato in questo ambito ci ha permesso di creare una business unit con circa 20 professionisti dedicati. Oltre il 90% dei progetti realizzati sinora può essere ricondotto al mondo del tracking & control, in linea con le richieste del mercato, il resto riguarda set-

zie al machine learning e agli algoritmi è invece oggi possibile attuare delle sofisticate tecniche di "clustering" che consentono di individuare potenziali situazioni di pericolo prima che il problema si manifesti, aumentando così la resilienza dei sistemi». Insomma, grazie alle competenze certificate in casa, alla profonda conoscenza dei trend tecnologici che sviluppano la domanda (cloud, IoT, blockchain), nonché alle partnership consolidate, Almaviva sta guidando i clienti di tutti i settori lungo la strada della digital transformation.