

DATA MANAGER

LA RIVOLUZIONE DELL'INFORMAZIONE & TECHNOLOGY

TOP100
XXXIII EDIZIONE
2019

COVER STORY

Thomas Panozzo

Axians

Mario Capellari

La formula per innovare

DOSSIER IL DATA CENTER NON È ANCORA UNA COMMODITY
SICUREZZA ALLARME RANSOMWARE RESILIENZA CYBER E GDPR
VERTICAL DOSSIER PA DIGITALE IL LEGAME TRA EFFICIENZA E SVILUPPO



Challengers

AURIGA, DI.TECH E ARCHIVA

La sfida della sostenibilità

di **Giuseppe Mariggì**

Riduzione dei costi, processi più efficienti, trasformazione delle organizzazioni e un nuovo modo di agire e trattare le informazioni. La rivoluzione digitale è un pilastro dello sviluppo. Sostenibilità e business sono due aspetti strettamente correlati per governare la complessità. Ma siamo solo all'inizio

La trasformazione digitale avanza. La cultura digitale delle imprese cresce. Ma in generale, il Paese sconta un problema di legacy diffuso. Tutto il settore retail è al centro di una grande rivoluzione.

Le imprese declinano l'innovazione verso un paradigma più open, puntando su startup e crescita delle competenze. Tra ritardi e qualche paradosso, la sfida dell'innovazione si intreccia a doppio filo con quella della sostenibilità che le imprese "challengers" dimostrano di aver compreso e messo in pratica, con un modo nuovo di essere e fare impresa.

La **Classifica Challengers 2019** fotografa questo cambiamento e rappresenta le principali trenta imprese focalizzate sul software e sui servizi IT in base alle performance realizzate nel 2018 in Italia, con ranking tra la posizione 101 e 130. Nella parte più alta, al 104mo posto, con un +9,2%, troviamo **Auriga** (www.aurigaspaspa.com), da oltre 25 anni, protagonista di livello internazionale nella realizzazione di soluzioni software proprietarie con una forte specializzazione nell'area Banking. Spostandoci verso la parte centrale della Classifica, al 120mo posto, con un +2,8%, scopriamo **Di.Tech** (www.ditechonline.it), azienda bolognese che dal 1991 si è affermata nei servizi e nelle soluzioni per la distribuzione. Al 130mo posto - ma con la crescita maggiore +25,7% - segnaliamo **Archiva** (www.archivagroup.it), specializzata nell'outsourcing dei processi aziendali focalizzati sui documenti di business e tra i principali player del mercato dell'archiviazione documentale e conservazione a norma.



Auriga (posizione 104, +9,2%), Di.Tech (posizione 120, +2,8%), Archiva (posizione 130, +25,7%). Protagonisti della trasformazione digitale e della creazione di valore

GOVERNARE LA COMPLESSITÀ

La digitalizzazione dei processi e i nuovi modelli di servizio hanno portato a grandi cambiamenti nel settore bancario. La direttiva europea sui pagamenti digitali consente l'accesso a nuovi player. Lo smartphone si attesta come il dispositivo preferito sia per operazioni informative che dispositive.

«Le banche sono chiamate a offrire un customer journey unificato» - spiega **Vincenzo Fiore, amministratore delegato di Auriga**, passando dalla digitalizzazione come strumento di efficienza alla digitalizzazione come strumento di relazione e valorizzazione della customer base.

Il cloud rende più agile la distribuzione delle risorse di archiviazione, elaborazione e trasmissione dati. L'intelligenza artificiale accelera il cambiamento, ma da sola l'AI non potrà farla differenza. Per un'azienda su quattro, la trasformazione digitale si rivela un fallimento. Quattro le ragioni principali: mancanza di strategia, leader poco competenti, scarsa capacità di adattamento e incapacità di coinvolgere tutti i livelli aziendali. La velocità del cambiamento impatta i processi gestionali anche nel settore retail.

Il digitale non coincide con l'IT ma ha bisogno delle infrastrutture molto fisiche per farlo funzionare.

Data privacy e data protection complicano le relazioni dirette e personali con il consumatore.

Per **Ennio Comini, amministratore delegato di Di.Tech**, la

trasformazione comporta modificazioni nel modo di agire e nel trattamento delle informazioni. I dati sono il nuovo fattore produttivo e sono al centro dei processi. La rivoluzione digitale è un pilastro dello sviluppo, ma senza obiettivi condivisi si rischiano nuovi squilibri e asimmetrie. Negli ultimi anni, si è verificata un'inversione di tendenza per quanto riguarda le priorità relative alla gestione dei processi aziendali. Sostenibilità e business sono due aspetti strettamente correlati - spiega **Stefano Nalesso Ercolin, direttore generale di Archiva**. Ecco perché occorre un approccio nuovo all'innovazione per governare la complessità, coniugando sviluppo sostenibile e crescita economica.

AURIGA, LA BANCA OMNICANALE

Il 104mo posto in Classifica con una crescita del +9,2% è il riconoscimento più chiaro del lavoro che **Auriga** sta portando avanti con determinazione da ormai 27 anni. «La nostra ricetta - spiega l'AD **Vincenzo Fiore** - è da sempre consistita nel puntare sull'innovazione e sulla ricerca e sviluppo, che oggi per noi si declina anche in open innovation e collaborazione con le startup. Inoltre, è fondamentale investire sulle risorse umane che sono il vero capitale della nostra azienda. In questa prospettiva, ricopre un ruolo importante il ponte che abbiamo costruito con il mondo delle università e dell'istruzione, anche attraverso l'opportunità offerta dall'alternanza scuola-lavoro».

Oggi, le banche sono impegnate a offrire una customer experience eccellente e personalizzata, indipendentemente dal canale di contatto con il cliente, per un'esperienza ottimale e fluida. «In questo contesto - continua Vincenzo Fiore - l'esigenza principale è estrarre valore dalla grande quantità di dati che gli istituti raccolgono da una molteplicità di canali. Per farlo, servono strumenti capaci di estrapolare le informazioni utili, elaborarle per individuare correlazioni, determinare trend, attuare previsioni e rappresentare il risultato di queste analisi con report e grafici immediati, facilmente accessibili ai diversi decisori della banca. Altra esigenza poi, che spesso si accompagna alle nuove soluzioni, è quella di una certa sostenibilità economica, con sistemi che aiutino anche a risolvere inefficienze».

I laboratori Auriga hanno realizzato diversi moduli per la piattaforma WinWebServer (WWS) per il banking omnicanales allo scopo di gestire i canali fisici e digitali, dando ai clienti la possibilità di usufruire di un centinaio di servizi integrati. «In questo modo, il canale self-service non è più un cash dispenser ma diventa un dispositivo evoluto con un'ampia gamma di funzionalità informative e dispositive evolute, come il prelievo senza carta, la stampa di assegni, l'aggiornamento dei libretti di deposito o il pagamento di fatture con la gestione del resto. Inoltre, attraverso le soluzioni di Auriga è possibile una visuale completa del rapporto banca cliente, indipendentemente

dal canale che quest'ultimo sceglie di usare e, quindi, una visione globale delle informazioni raccolte con ogni sua interazione, da trasformare in valore a supporto delle decisioni strategiche. A questo si aggiunge anche la capacità di prevedere flussi ed esigenze specifiche».

Parlando di pagamenti digitali, l'Italia deve colmare il gap rispetto agli altri paesi dell'UE.

«Una crescita evidente la stanno avendo i pagamenti con carte contactless, con tecnologia NFC e tramite Apple Pay e Google Pay, che vedono protagonista lo smartphone. E proprio questo strumento, ormai inseparabile per tutti, darà una grande spinta alla diffusione dei pagamenti digitali, anche in Italia» – afferma Vincenzo Fiore. «Siamo comunque sempre molto lontani dagli altri paesi europei. Dal canto nostro, quello su cui stiamo lavorando già da tempo per aiutare le banche è la gestione e la movimentazione del contante.

Si tratta di attività a cui sono legati costi molto alti e su questo siamo attivi con soluzioni evolute, che aiutano a ottimizzarne la gestione e ottenere tangibili risparmi per tutti gli attori coinvolti».

Parlando di sfide, quella della sostenibilità è uno degli obiettivi che anche l'industria ICT ha davanti. «L'ICT è nella maggior parte dei casi lo strumento chiave dello sviluppo sostenibile e lo si può toccare con mano nel caso delle smart city, dell'economia circolare, dell'ottimizzazione del consumo delle risorse naturali, come le tecnologie che permettono il risparmio di acqua in agricoltura» –



I dati al centro della digital transformation. Tra ritardi e qualche paradosso, la sfida dell'innovazione si intreccia a doppio filo con quella dello sviluppo sostenibile

spiega Vincenzo Fiore. «Allo stesso tempo, però, anche l'industria ICT deve portare avanti delle logiche di sostenibilità al suo interno e crediamo che lo stia facendo. Basti pensare per esempio a come il cloud computing spinga in questa direzione. Grazie al cloud computing, le aziende, invece di gestire ognuna il proprio data center - sostenendo importanti costi, che vanno dall'acquisto e aggiornamento continuo dei server al consumo di energia elettrica - realizzano risparmi che si traducono in eco-sostenibilità. La nostra visione va nella direzione dello sviluppo continuo dell'intelligenza artificiale per fornire - attraverso il monitoraggio e l'analisi continua di enormi quantità di dati - risposte adeguate e ottimizzate alle esigenze delle persone, delle comunità e delle aziende, riducendo gli sprechi di ogni tipo».

DI.TECH, IL RETAIL DEL FUTURO

L'anno appena trascorso è stato molto importante per Di.Tech, con la consacrazione sul mercato della suite applicativa *More*, che - superando il tradizionale schema dell'ERP - spiega l'AD **Ennio Comini** - «porta a sintesi il dinamismo, la velocità e la semplificazione con il necessario supporto tecnologico, fattori imprescindibili per un retailer vincente».

L'accelerazione richiesta dal mercato retail, in uno scenario di forte competitività e cambiamento, richiede nuovi approcci. «Siamo convinti - continua Ennio Comini - che l'adozione della nuo-

va suite *More*, unita alla abilità gestionale dei nostri clienti porti un significativo aumento delle performance dell'intera impresa.

Si può parlare decisamente di un nuovo inizio. E grazie ai risultati raggiunti, per Di.Tech si apre un trend particolarmente positivo di crescita.

«Nell'ultimo anno - racconta Ennio Comini - ci è stato spesso richiesto dal management delle imprese retail un supporto concreto sia dal punto di vista degli strumenti da adottare che in termini consulenziali. Dopo i tanti annunci - «la trasformazione digitale è partita e comporta modificazioni nel modo di agire e nel trattamento delle informazioni, portando risultati talvolta insperati, ma che devono essere governati. Un aiuto esterno consente di poter agire con più lucidità e meno vincoli dovuti alle consuetudini consolidate nel tempo». La fatturazione elettronica è stato il primo banco di prova. «Adottata in quanto adeguamento normativo - spiega Comini - di fatto ha portato già significativi vantaggi in termini di organizzazione, e ha gettato le basi per una seconda giovinezza per i sistemi di gestione documentale, che diventano le leve principali per la condivisione di dati strategici e workflow approvativi. Ma c'è fermento in tutte le aree retail. Per esempio, la parte commerciale e marketing è concentrata nella definizione di un rinnovato e personalizzato legame con il consumatore, al quale assicurare una customer experience esclusiva, mentre il cambiamento nella logistica riguarda principalmente la

gestione dell'omnichannel, ma anche l'ottimizzazione dei tempi e il monitoraggio operativo».

Secondo Comini, per diverso tempo si è pensato che il retail del futuro, in particolare il punto di vendita del futuro, si potesse davvero costruire solo ricorrendo alle tecnologie più innovative, credendo che questo consentisse davvero di fare la differenza e di sbaragliare la concorrenza. «Oggi, è più chiaro a tutti che per uscire vincente dalla competizione è fondamentale lavorare sulle necessità del consumatore, riempiendo di significati tangibili e riconosciuti l'esperienza di acquisto. Per questo più che di tecnologie, che variano nel tempo e sono funzionali a una specifica esigenza in un contesto, parlerei di un approccio diverso alla tecnologia per consentire di semplificare lo scambio di informazioni, in un linguaggio il più naturale possibile, velocemente e nel rispetto della sicurezza e della privacy».

Il caso dei pagamenti digitali è il classico campo in cui lo sviluppo stenta a decollare. «E non per carenze tecnologiche o per la mancanza di disponibilità da parte dei retailer ad accettare pagamenti elettronici, quanto invece per i tempi necessari a modificare abitudini e atteggiamenti culturali» - spiega Comini. «Nei supermercati - per esempio - è semplice verificare come ci sia una frattura generazionale e anche geografica nel comportamento dei consumatori. Da una parte ci sono i più giovani che si aspettano di pagare con lo smartphone o il bancomat anche per importi

minimi. Mentre dall'altra c'è ancora un'ampia platea che è disposta a mettere mano al portafoglio, contare le banconote e ricevere il resto. Non è un problema di accessibilità, almeno dal nostro osservatorio».

Anche per l'amministratore delegato di Di.Tech, la sostenibilità è una delle sfide che l'industria ICT ha davanti. «La sostenibilità è un tema molto ampio in cui l'ICT è complementare, almeno per i sistemi gestionali. Ma è comunque un impegno che noi ci sentiamo sulle spalle. Nel retail, uno dei grandi problemi legati alla sostenibilità è la gestione ottimale delle merci per ridurre prima di tutto gli sprechi e l'impronta ecologica che il trasporto delle merci rende inevitabile ma sicuramente ottimizzabile».

ARCHIVA, DAI DOCUMENTI AI DATI

Nel caso di **Archiva**, con una crescita di +25,7%, la Classifica Challengers 2019 fotografa una delle performance migliori. «Un grande risultato – afferma il direttore generale **Stefano Nalesso Ercolin** – che dimostra come Archiva si sia posta come partner strategico nei confronti dei propri clienti che, al momento del bisogno dettato dalla fattura elettronica, non hanno esitato ad affidarsi ai nostri servizi per assolvere l'esigenza ma soprattutto per iniziare un percorso virtuoso di digitalizzazione di processi e documenti».

La fattura elettronica è stata un grandissimo cambiamento per tutte le aziende italiane.

«La prima esigenza dell'area Amministrazione-Finanza-Controllo è stata quella di essere



Grande fermento in tutte le aree retail. Dalle banche alla grande distribuzione, i CMO sono concentrati nella definizione di un legame più personalizzato con il consumatore

compliant con la normativa e quindi con l'obbligo di inviare e ricevere le fatture elettroniche» – spiega Stefano Nalesso Ercolin. «Tutti si aspettavano una proroga, ma il nostro governo e l'Agenzia per l'Italia Digitale (AgID) sono stati irremovibili nella data di partenza al primo gennaio. Il risultato è stato un pressoché generalizzato immobilismo fino a ridosso della prima scadenza relativa ai carburanti il primo luglio 2018. Da lì in poi, preso atto che l'obbligo sarebbe scattato inesorabilmente a gennaio, c'è stata una grandissima corsa ad adeguare i sistemi e a trovare soluzioni che dato il poco tempo sono state a volte d'emergenza. L'esigenza della prima parte del 2019 è stata quella di rendere stabili questi processi e di andare a recuperare tutta una serie di consuetudini e sotto-processi che la fattura elettronica ha lasciato in qualche modo scoperti».

Adesso, siamo finalmente entrati in una terza fase, quella più interessante: «Le aziende stanno apprezzando i benefici della fatturazione elettronica e sono affamate di processi digitali che vedono al centro non il documento ma il dato che può essere rapidamente integrato tra sistemi informativi portando enormi benefici in termini di riduzione di costi e di aumento delle informazioni disponibili».

Ci troviamo davanti a un gigantesco processo di digitalizzazione dei documenti fiscali e dei relativi processi all'interno dell'Unione Europea – continua il direttore generale di Archiva – «ulteriormente sancito dalla Fattura Elettronica Europea

e dagli stati, come la Francia, che sono prossimi a introdurre l'obbligo sulla scia dell'Italia». Ma ci troviamo di fronte a un paradosso: «Abbiamo il documento fattura che viene digitalizzato per legge, ma che entra ed esce da processi che sono in larga parte ancora analogici. Molte aziende ricevono la fattura di un fornitore in formato elettronico, la stampano e poi non fanno altro che replicare lo stesso processo che avevano in essere con la vecchia fattura cartacea, pinzando dietro a questo documento i giustificativi oppure richiedendo firme di approvazione. La più grande sfida – che rappresenta un cambiamento epocale per le nostre imprese italiane e per quelle europee anche in termini di sostenibilità – sarà quella di digitalizzare i processi e concentrarsi non tanto sul documento come lo intendiamo in senso tradizionale, ma sui dati». Perché l'esigenza non è più solo quella di trattare documenti, ma è quella di gestire processi.

«Tutte le tecnologie che sono in grado di digitare processi digitali a quattro mani assieme al cliente, renderli disponibili in modalità Agile e non più Waterfall all'utente finale per testarli già in fase di prototipazione, e che permettono di aggiornarli rapidamente e farli evolvere senza interrompere il business per adeguarli ai mutamenti del contesto competitivo, saranno strategiche per le imprese che vogliono essere competitive nello scenario del futuro. A questo, dobbiamo aggiungere tutte

le tecnologie di artificial intelligence che riescono a recuperare all'interno dei documenti strutturati anche quelle informazioni che sono ancora presenti in formato di testo libero».

Per il direttore generale di Archiva, sostenibilità e tecnologia sono due aspetti strettamente correlati, perché digitalizzare i processi significa cambiare modo di lavorare, con un impatto rilevante sui consumi e quindi sull'ambiente. «Ci occupiamo da sempre di digitalizzazione dei documenti, quindi abbiamo certamente contribuito con il nostro lavoro a salvare un "pezzettino" di foresta amazzonica. Siamo sicuri che la maggior parte dei documenti degli uffici amministrativi possono nascere, vivere ed essere archiviati in formato digitale senza mai passare per la carta. Alcuni dei nostri clienti si vantano di avere uffici amministrativi senza cassette, senza raccoglitori e senza stampanti, qualcuno ha perfino eliminato i cestini».

Attraverso i nostri servizi abbiamo reso possibile negli anni lo smart working per diversi impiegati dell'ufficio contabilità, che hanno potuto svolgere il proprio lavoro avendo a disposizione – integrati all'interno del sistema informativo – tutte le informazioni e i documenti in grado di portare a termine il compito, senza quindi essere costretti a spostarsi per andare in ufficio. Ma siamo solo all'inizio: molto stiamo facendo e molto ancora può essere fatto per contribuire a ridurre gli sprechi anche per il nostro ambiente».

DM

TOP 30 CHALLENGERS

103° GRUPPO FILIPPETTI

Gruppo Filippetti è un global technology provider multidisciplinare che nasce ad Ancona nel 1974. Eroga servizi e sviluppa soluzioni smart negli ambiti della digital transformation, delle IoT technologies, dell'industry, della civil construction & infrastructure, del building e della mobility, tutti in ottica 4.0. Ha competenze in ambito EPC e vanta un track record di successi nel mondo industriale dove lavora per i player mondiali dell'oil&gas, anche grazie al portfolio di soluzioni IoT proprietarie. È inoltre uno tra i principali produttori di tecnologie IoT in Italia, primato che è frutto dell'intensa attività di ricerca e innovazione, della partecipazione a prestigiosi Competence Center e della collaborazione con università italiane. Con quasi 500 dipendenti, dodici società sussidiarie, undici sedi in Italia, filiali all'estero e partnership con aziende leader nei rispettivi ambiti di competenza, Gruppo Filippetti è una realtà solida, dinamica e in grande espansione.

Gruppo Filippetti

Via Marconi, 100 - 60015 Falconara M.ma (An)
Tel. 02 678159 - Fax 071 9174788

email: info@gruppoFilippetti.it
www.gruppoFilippetti.it



Micol Filippetti
CEO

104° AURIGA

Auriga è un'azienda leader in Italia, e tra le prime in Europa, nel mercato delle soluzioni software per la banca omnicanale. L'offerta comprende una serie di applicativi, servizi e consulenza tecnica per la gestione integrata degli sportelli Atm e self-service di tipo evoluto, dei chioschi multifunzione, dell'Internet e mobile banking, infine del mobile payment. Le

soluzioni di Auriga sono integrate e tecnologicamente all'avanguardia, capaci di ottimizzare i processi e garantire alla banca efficienza e competitività, grazie al numero e alla superiorità qualitativa dei servizi proposti e a un tangibile risparmio sui costi operativi. Con oltre 300 dipendenti (esperti analisti, programmatori, ingegneri del software) e un fatturato in continua crescita, Auriga oggi è presente con il proprio software sul 70% della flotta italiana (oltre 34mila ATM), mentre nell'ambito della banca virtuale (internet/ mobile banking) vanta oltre un milione di utenti. L'azienda conta, all'interno del proprio portafoglio clienti, grandi gruppi bancari e la maggior parte delle società italiane di fornitura di servizi bancari. L'azienda opera anche nel mercato internazionale, essendo presente in diversi paesi europei, tra cui Slovenia, Croazia, Romania e Serbia, gestendo importanti clienti in Gran Bretagna, Francia, Belgio, Portogallo e Messico mentre è presente con le proprie sedi estere a Londra, Parigi e Francoforte.

Auriga spa

Via Don Luigi Guanella, 17 - 70124 Bari
Tel. 080.5692111 - Fax: 080.5692112

www.aurigaspacom



Vincenzo Fiore
AD

118° QINTESI GROUP

Con oltre 280 dipendenti il Gruppo Qintesi eroga servizi di management consulting e di system integration. Il Gruppo è costituito da: Qintesi spa, che supporta i clienti nei processi di digital transformation attraverso l'utilizzo di sistemi ERP, business intelligence e advanced analytics; Qintesi Technology & Services, che garantisce l'approvvigionamento di servizi e tecnologie per lo svolgimento dei progetti; BF Partners, che offre servizi di implementazione di sistemi e gestione di processi specifici dei settori retail/GDO; IT-Link, system integrator SAP e rivenditore ufficiale dei prodotti SAP, con competenze verticali nel settore manufacturing. Qintesi SpS è Gold Part-

ner SAP con qualifica "Service Partner" e "Build Partner"; vanta 10 certificazioni SAP REX, tra cui 2 di Industry - Insurance ed E&C - e, tra le prime in Italia, su SAP HANA e S4/HANA. Qintesi opera sul territorio nazionale con 6 sedi e interviene abitualmente in contesti internazionali.

QINTESI spa

Via G. Suardi, 3 - 24124 Bergamo
Tel. 028.3428050

email: marketing@qintesi.it
www.qintesi.it



Angelo Amaglio
presidente

120° DI.TECH

Di.Tech, presente da più di 30 anni nel mondo retail, sviluppa software gestionali per la grande distribuzione organizzata, i produttori di beni di largo consumo e gli operatori logistici, in particolare dell'ambito food. La mission è contribuire, attraverso l'uso di soluzioni tecnologiche e la digitalizzazione dei processi, al miglioramento delle performance dei clienti, lavorando fianco a fianco. Di.Tech propone sul mercato un'ampia gamma di soluzioni software e servizi tecnologici professionali per la gestione di tutti i processi caratteristici di una impresa retail: commerciale, marketing, logistica e supply chain, amministrazione, finanza. Alla sfera applicativa si affianca l'offerta di servizi per la progettazione e la gestione delle infrastrutture informatiche che abilitano lo sviluppo di progetti applicativi complessi. Di.Tech mette a disposizione dei retailer un data center a forte verticalizzazione applicativa per l'ospitalità in cloud di soluzioni business oriented.

Di.Tech spa

Via Giambologna, 18 - 40138 Bologna
Tel. 0516033311 - Fax 0516033209

email: info@ditechspa.it
www.ditechonline.it



Ennio Comini
AD