

Business Intelligence: uno sguardo al futuro

Executive Summary del
Rapporto 2010
Osservatorio Business Intelligence

POLITECNICO DI MILANO



DIPARTIMENTO
DI INGEGNERIA
GESTIONALE



School of Management

Novembre 2010

Business Intelligence: uno sguardo al futuro

Rapporto 2010 Osservatorio Business Intelligence

School of Management

POLITECNICO DI MILANO



DIPARTIMENTO
DI INGEGNERIA
GESTIONALE



Partner

Microsoft

QlikView

sas
THE POWER TO KNOW.

Sponsor

ALTEA

ARDENCY

axiante
managing innovation

**3
BICON**

bisight
TOUCH YOUR VISION WITH INTELLIGENCE

crystal
system
MAKE YOUR FUTURE CLEAR

Decision

ICONSULTING
PASSIONE E TALENTO

**SOFT
QUATTRO**
un'azienda del
Gruppo Nous Informatica

Sopra
group

TARGIT
business intelligence

Novembre 2010
www.osservatori.net

Copyright e utilizzo dei contenuti

I Report non potranno essere oggetto di diffusione, riproduzione e pubblicazione, anche per via telematica (ad esempio tramite siti web, intranet aziendali, ecc.), e ne viene espressamente riconosciuta la piena proprietà del DIG - Dipartimento di Ingegneria Gestionale del Politecnico di Milano.

La violazione di tale divieto comporterà il diritto per il DIG di ottenere il risarcimento del danno da illecito utilizzo, ai sensi di legge.

Indice

	pagina
Introduzione <i>di Carlotta Orsenigo e Carlo Vercellis</i>	7
Executive Summary <i>di Carlotta Orsenigo e Carlo Vercellis</i>	9
1. Business intelligence: diffusione e tendenze in atto	13
❑ Componenti e funzionalità di un'architettura di BI	13
❑ Maturity model	14
❑ Sistemi di BI nei settori analizzati: un confronto	14
❑ Le prospettive di mercato e le tendenze in atto	16
❑ Uno sguardo al futuro: i settori a confronto	19
2. Banking e Finance	21
❑ Il settore	21
❑ I risultati dell'analisi	22
3. Pharma e Sanità	33
❑ Il settore	33
❑ I risultati dell'analisi	34
4. GDO e Manufacturing	43
❑ Il settore	43
❑ I risultati dell'analisi	44
Nota metodologica	57
Il Gruppo di Lavoro	61
La School of Management	63
❑ La School of Management del Politecnico di Milano	63
❑ Gli Osservatori <i>ICT & Management</i>	63
❑ Il MIP	64
I sostenitori della Ricerca	65



Nella Web Tv degli Osservatori è possibile rivedere le riprese integrali del Convegno
“Business Intelligence: uno sguardo al futuro”.

I video sono facilmente consultabili on demand tramite rapide ricerche dei contenuti suddivisi per
argomento e indicizzati per parole chiave.

Indice Figure

	pagina	
Figura 1.1	Maturity model per le aziende dei macrosettori considerati	15
Figura 1.2	Linee di sviluppo per i sistemi di BI: i settori a confronto	20
Figura 2.1	Situazione As-Is e To-Be per le aziende del settore Banking e Finance	23
Figura 2.2	BI per il business performance management	24
Figura 2.3	BI per la gestione del rischio	24
Figura 2.4	BI per il customer relationship management	25
Figura 2.5	Qualità, rilevanza e tempestività dei dati	25
Figura 2.6	Linee di sviluppo per i sistemi di BI	26
Figura 3.1	Situazione As-Is e To-Be per le aziende del settore Pharma e Sanità	34
Figura 3.2	BI per il business performance management	35
Figura 3.3	BI per le operations e la ricerca e sviluppo	36
Figura 3.4	BI per il marketing e le vendite	36
Figura 3.5	Qualità, rilevanza e tempestività dei dati	37
Figura 3.6	Linee di sviluppo per i sistemi di BI	37
Figura 4.1	Situazione As-Is e To-Be per le aziende del settore GDO e Manufacturing	45
Figura 4.2	BI per il business performance management	45
Figura 4.3	BI per la gestione della supply chain	46
Figura 4.4	BI per il marketing e le vendite	46
Figura 4.5	Qualità, rilevanza e tempestività dei dati	47
Figura 4.6	Linee di sviluppo per i sistemi di BI	47

Indice Box

	pagina
Box 2.1	Banca Carige 26
Box 2.2	Banca Marche 27
Box 2.3	Credito Emiliano 28
Box 2.4	Credit Suisse 29
Box 2.5	Fiditalia 30
Box 2.6	Zurich Italia 31
Box 3.1	MultiMedica 38
Box 3.2	Procos 38
Box 3.3	Roche Diagnostics 39
Box 3.4	Takeda Italia 40
Box 3.5	Teva-ratiopharm 41
Box 3.6	Unico 41
Box 4.1	Colussi Group 48
Box 4.2	Danone Italia 49
Box 4.3	Giochi Preziosi 49
Box 4.4	Gruppo Lavazza 50
Box 4.5	Interpump Group 51
Box 4.6	Kuehne + Nagel 52
Box 4.7	Neopost Italia 52
Box 4.8	Number1 Logistics Group 53
Box 4.9	Parmalat 54
Box 4.10	Ponti 55
Box 4.11	Produttore di accessori per l'abbigliamento 55

Introduzione

Il Rapporto di Ricerca 2010 illustra le indagini e i risultati ottenuti nell'anno in corso da parte dell'Osservatorio Business Intelligence della School of Management del Politecnico di Milano, giunto alla sua terza edizione.

La ricerca svolta nel primo anno di attività ha analizzato il grado di diffusione dei sistemi di business intelligence mediante lo studio di un esteso campione di imprese appartenenti a settori diversificati, e ha permesso di identificare i percorsi di adozione, i vantaggi e le barriere, l'impatto organizzativo, i meccanismi di governance dei progetti.

Nel corso del secondo e del terzo anno di attività l'Osservatorio Business Intelligence ha concentrato le proprie indagini sui principali settori industriali e dei servizi – rispettivamente Telco-Utilities, Media, Fashion-Retail, Manufacturing nel corso del 2009 e Banking-Finance, Pharma-Sanità, GDO-Manufacturing nel corso del 2010 - con l'obiettivo di comprendere la diffusione delle applicazioni di business intelligence nei diversi comparti, evidenziando le specificità di ciascun settore e operando confronti incrociati tra i diversi ambiti investigati, e identificare fattori critici per il successo di progetti di business intelligence.

Il presente Rapporto si fonda su una solida base empirica costituita da più di 80 casi di studio approfonditi, che hanno permesso di identificare alcune best practice e le principali tendenze evolutive in atto. A dispetto della sfavorevole congiuntura economica, l'indagine empirica indica che la propensione a investire in sistemi di business intelligence è tuttora elevata per via della rilevanza strategica che essi rivestono.



Carlotta Orsenigo

A handwritten signature in black ink that reads "Carlotta Orsenigo".



Carlo Vercellis

A handwritten signature in black ink that reads "Carlo Vercellis".

Executive Summary

Benché il biennio 2009-2010 sia stato tra i più difficili per le economie mondiali, gli investimenti in sistemi di business intelligence (BI) nel corso del 2009 e del primo semestre 2010 sono cresciuti in modo rilevante, con un incremento che si colloca oltre il 7%. Si mantengono favorevoli anche le prospettive di sviluppo, con una previsione per il prossimo triennio che lascia sperare in un tasso di incremento medio superiore all'8%. Rimane quindi vero, anche nel corso del biennio 2009-2010, che gli investimenti in BI superano la media degli investimenti in sistemi ICT.

Le applicazioni di business intelligence continuano a essere una priorità per i CIO, per la loro capacità di contribuire alla realizzazione di una strategia competitiva, mediante l'ottimizzazione delle prestazioni, l'incremento dei ricavi e la riduzione dei costi.

L'Osservatorio Business Intelligence della School of Management del Politecnico di Milano è stato avviato nel 2008, e le attività del primo anno hanno esaminato il grado di diffusione dei sistemi di BI mediante lo studio di un esteso campione di imprese appartenenti a settori diversificati, cercando di comprendere vantaggi e criticità.

Nel corso del 2009 e del 2010 l'Osservatorio Business Intelligence ha concentrato le proprie indagini sui principali settori industriali e dei servizi – Telco-Utilities, Media, Fashion-Retail, Manufacturing nel corso del 2009 e Banking-Finance, Pharma-Sanità, GDO-Manufacturing nel corso del 2010 - con l'obiettivo di comprendere la diffusione delle applicazioni di business intelligence nei diversi comparti, evidenziando le specificità di ciascun settore e operando confronti incrociati tra i diversi ambiti investigati, e identificare

fattori critici per il successo di progetti di business intelligence.

La ricerca 2010 si fonda su una solida base empirica costituita da più di 80 casi di studio approfonditi, che hanno permesso di identificare alcune best practice e le principali tendenze evolutive in atto. Attraverso i casi analizzati è stato possibile identificare le principali aree di applicazione dei sistemi di business intelligence nelle aziende dei settori investigati, valutando i benefici, le barriere allo sviluppo e l'impatto organizzativo sui processi e sulle risorse umane.

Inoltre, è stato possibile confrontare il posizionamento delle imprese appartenenti ai diversi settori rispetto al maturity model elaborato nel corso dell'edizione 2008 della ricerca e confermato nel 2009.

Principali risultati

L'indagine condotta sul campione di imprese appartenenti ai settori analizzati ha permesso di identificare alcuni fattori critici che contribuiscono al successo dei sistemi di business intelligence.

- *Vision strategica.* Occorre sviluppare una vision dei progetti di business intelligence come attività che riguarda l'impresa nel suo complesso e non soltanto singole funzioni utilizzatrici o la sola funzione ICT.
- *Comunicazione e collaborazione.* È necessario favorire il coinvolgimento dei decision maker e degli utilizzatori già nel corso del processo di sviluppo di un sistema di business intelligence, promuovendo i processi di comunicazione informale.
- *Leadership.* È necessario un forte commitment da parte del management, a partire dai C-level, che deve percepire un progetto di business intelligence come una risorsa di valore strategico.

- *Flessibilità.* Un sistema di business intelligence deve essere flessibile e adattabile per poter agevolmente incorporare le modifiche necessarie per rappresentare mutamenti nell'ambiente o nel processo decisionale.
- *Cultura e gestione del cambiamento.* La capacità dei knowledge worker di assimilare informazioni e di tradurle in azioni concrete rappresenta uno dei fattori in grado di facilitare l'adozione di un sistema di business intelligence.
- *Innovazione.* I sistemi di business intelligence, e segnatamente gli advanced analytics, svolgono un ruolo essenziale per valorizzare le informazioni e per estrarre conoscenze dai dati disponibili, trasformandole in decisioni migliori e in vantaggio competitivo.
- *Qualità dei dati.* Occorre che la funzione ICT fornisca un costante presidio alla qualità dei dati presenti nel data warehouse, assicurando la loro accuratezza, completezza, consistenza, attualità, non ridondanza, rilevanza, interpretabilità e accessibilità.

L'indagine ha inoltre posto in luce alcune evidenze empiriche di notevole interesse relative allo stato e all'evoluzione futura dei sistemi di business intelligence.

- Le aziende del settore Banking e Finance si caratterizzano per una marcata propensione agli investimenti in sistemi di business intelligence, utilizzati diffusamente per svolgere diverse attività critiche, tra cui portfolio performance management, valutazione di compliance, customer relationship management, gestione del rischio.
- Le imprese del comparto farmaceutico si caratterizzano per un impiego relativamente diffuso di sistemi di business intelligence e per una buona propensione ad effettuare ulteriori investimenti. Le tecnologie di business intelligence vengono utilizzate per svolgere diverse attività critiche, tra cui business performance management, analisi di marketing e vendite, supporto a operations e clinical research.
- Le aziende della filiera GDO-Manufacturing mostrano un notevole interesse per le applicazioni di business intelligence, utilizzate in prevalenza per la valutazione di redditività dei prodotti, la comprensione del mercato e del comportamento d'acquisto per svolgere attività di marketing relazionale, la previsione del ROI di campagne promozionali, l'ottimizzazione dei processi che compongono la catena logistica.
- L'impiego di advanced analytics, in progressivo aumento, produce risultati significativi soprattutto in relazione a processi aziendali di importanza strategica, permettendo di conseguire benefici in termini di vantaggio competitivo mediante soluzioni innovative sviluppate ad hoc.
- L'importanza crescente del web e dei social networks come canale di comunicazione e promozione dell'immagine determina un diffuso interesse per i metodi di web intelligence, per l'analisi di informazioni relative alle visite ai siti, forum, blog, messaggi, email inviate al contact center. Essi permettono di valutare la web reputation di prodotti e servizi e di svolgere attività di marketing mirate e ottimizzate nei confronti di social communities. In questo contesto assumono un ruolo sempre più rilevante i social analytics per sviluppare opinion mining e sentiment analysis.
- Si evidenzia un marcato aumento dell'integrazione tra sistemi di business intelligence e dati non strutturati, che si presentano in formati eterogenei, in prevalenza di natura testuale, e provengono da fonti disparate: email, messaggi su forum, blog, social networks, contratti, fatture, documentazioni e report, reclami, file multimediali. Si valuta che almeno l'85% delle informazioni oggi disponibili rientri nella categoria dei dati non strutturati.
- Vi sono molteplici ragioni che favoriscono la collocazione di applicazioni di business intelligence in architetture di cloud computing. Tra queste, la riduzione dei costi di investimento e di manutenzione; la difficoltà di realizzare in-house potenti architetture di calcolo necessarie per utilizzare advanced analytics per l'elaborazione di grandi moli di dati; la possibilità di condividere dati e informazioni tra diverse organizzazioni.
- Le applicazioni di business intelligence

operativa e orientata agli eventi, real-time o near-real-time, stanno incontrando una crescente diffusione, consentendo di agire in modo tempestivo mediante l'automazione delle decisioni operative. Le applicazioni di business intelligence utilizzano schemi di interazione orientati agli eventi, mediante tecnologie complex event processing.

Maturity model

Nel corso dell'indagine 2010 è stato possibile verificare e consolidare il maturity model elaborato dall'Osservatorio Business Intelligence durante l'edizione 2008 della ricerca e confermato nel corso del 2009, che permette di classificare le imprese rispetto al loro effettivo grado di utilizzo degli strumenti di business intelligence.

Le imprese del campione della ricerca 2010 sono state collocate nei quattro quadranti del maturity model (BI basilare, BI integrata, BI mirata, BI strategica), al fine di operare un confronto tra i diversi settori analizzati.

Si è osservato che solo il 16% delle imprese del campione, appartenenti in prevalenza al settore Banking e Finance, si collocano

nel quadrante della BI strategica. Più consistente la presenza di imprese nel quadrante della BI integrata, pari a circa il 26%, in questo caso con una marcata prevalenza di aziende dei settori Pharma-Sanità e GDO-Manufacturing.

Il 45% delle imprese si collocano nel quadrante della BI basilare, con appartenenza a tutti i tre settori considerati. Infine, il 13% delle imprese ricade nel quadrante della BI mirata, con una netta prevalenza del settore Banking e Finance. Questo valore, pari alla metà delle imprese caratterizzate da una BI integrata, conferma una tendenza già illustrata nei Rapporti 2008 e 2009: il percorso che conduce dalla BI basilare ad evolvere verso lo stadio della BI strategica procede più spesso attraverso lo stadio di BI integrata che attraverso lo stadio di BI mirata.

L'analisi di posizionamento è stata poi arricchita mediante un raffronto "as is"-"to be" che ha permesso di evidenziare per le imprese del campione, stratificate per ciascuno dei settori analizzati, la posizione attuale nel maturity model e la posizione prevista per i prossimi 24 mesi.



Carlotta Orsenigo



Carlo Vercellis

Nota metodologica

L'edizione 2010 della ricerca dell'Osservatorio Business Intelligence si è posta i seguenti obiettivi:

- studiare la dinamica delle applicazioni di BI nella realtà italiana con particolare riferimento ad alcuni settori, quali Banking e Finance, Pharma e Sanità, GDO e Manufacturing;
- identificare nei diversi settori i processi decisionali che possono trarre maggiore beneficio dall'impiego delle applicazioni di BI;
- studiare le best practice nell'adozione dei sistemi di BI nei settori più maturi e delineare percorsi di sviluppo e di diffusione in altri settori;
- investigare i principali fattori che favoriscono l'attuazione di un approccio strategico alla BI.

Per conseguire tali obiettivi sono state condotte attività di ricerca di tipo diverso. Da un lato sono stati organizzati workshop tematici dedicati ai diversi settori che, mediante un'analisi approfondita di alcune realtà aziendali, hanno permesso di realizzare 62 case studies. Dall'altro sono state condotte delle interviste con l'obiettivo di estendere la dimensione del campione di riferimento, e di arricchire e integrare le informazioni raccolte durante i convegni tematici in merito agli obiettivi dell'indagine.

I dati della ricerca sono stati collezionati nel corso delle interviste e dei workshop settoriali, che hanno visto la partecipazione di CIO, Responsabili dell'area Business Intelligence o di altre direzioni coinvolte nell'impiego di sistemi di BI, quali la direzione amministrativa, la direzione marketing e commerciale, la direzione logistica e produttiva di imprese operanti nei diversi settori.

Nel corso dei workshop tematici e delle interviste si è posta particolare enfasi sui seguenti aspetti:

- il posizionamento attuale e il posizionamento a tendere dell'azienda nel *maturity model* della business intelligence, al fine di valutare i piani di sviluppo delle applicazioni di BI nei settori considerati;
- le principali aree di applicazione della BI nelle diverse funzioni aziendali, con l'obiettivo di evidenziare eventuali specificità per i diversi settori;
- la valutazione della qualità, della rilevanza e della tempestività dei dati raccolti a supporto dei processi decisionali;
- la propensione delle aziende dei settori considerati a realizzare progetti di BI basati su strumenti e metodologie di ultima generazione.

Il panel complessivo delle aziende coinvolte nella ricerca comprende oltre 80 imprese operanti nei seguenti settori:

- Banking e Finance (33%)
- Pharma e Sanità (20%)
- GDO e Manufacturing (47%)

Il campione delle aziende è costituito per il 91% da grandi aziende e per il 9% da PMI (piccole e medie imprese).

Si ringraziano per la loro disponibilità a partecipare all'edizione 2010 dell'Osservatorio Business Intelligence le seguenti aziende e organizzazioni:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Allianz | <input type="checkbox"/> Gruppo Preziosi |
| <input type="checkbox"/> Azienda Trasporti Milanese | <input type="checkbox"/> Gruppo Unicredit |
| <input type="checkbox"/> Banca Barclays | <input type="checkbox"/> Heineken Italia |
| <input type="checkbox"/> Banca BSI | <input type="checkbox"/> Interpump Group |
| <input type="checkbox"/> Banca Carige | <input type="checkbox"/> Italfarmaco |
| <input type="checkbox"/> Banca d'Italia | <input type="checkbox"/> Kuehne + Nagel |
| <input type="checkbox"/> Banca Marche | <input type="checkbox"/> Mandelli Sistemi |
| <input type="checkbox"/> Banca Monte dei Paschi di Siena | <input type="checkbox"/> MultiMedica |
| <input type="checkbox"/> Banca Popolare di Milano | <input type="checkbox"/> Neopost Italia |
| <input type="checkbox"/> Bolton Services | <input type="checkbox"/> Number1 Logistics Group |
| <input type="checkbox"/> Bomi Italia | <input type="checkbox"/> Parmalat |
| <input type="checkbox"/> Colussi Group | <input type="checkbox"/> Ponti |
| <input type="checkbox"/> Comifar | <input type="checkbox"/> Poste Italiane |
| <input type="checkbox"/> Credit Suisse | <input type="checkbox"/> Procos |
| <input type="checkbox"/> Credito Emiliano | <input type="checkbox"/> Roche Diagnostics |
| <input type="checkbox"/> Danone Italia | <input type="checkbox"/> Rottapharm |
| <input type="checkbox"/> Dispensa Logistics | <input type="checkbox"/> Safilo |
| <input type="checkbox"/> DKV Salute | <input type="checkbox"/> Sanpellegrino |
| <input type="checkbox"/> Esselunga | <input type="checkbox"/> Takeda Italia |
| <input type="checkbox"/> Fiditalia | <input type="checkbox"/> Tetra Pak Italia |
| <input type="checkbox"/> GE.SI.ass. | <input type="checkbox"/> Teva-ratiopharm |
| <input type="checkbox"/> Gruppo ITAS Assicurazioni | <input type="checkbox"/> Toschi |
| <input type="checkbox"/> Gruppo Lavazza | <input type="checkbox"/> Unico |
| <input type="checkbox"/> Gruppo Pam | <input type="checkbox"/> Zurich Italia |

In particolare, si ringraziano per il loro contributo alla Ricerca:

Giovanni Aprato, Direttore Sistemi Informativi, Colussi Group
Roberto Bonfanti, Group Plans Controls & IT Manager, Rottapharm
Marco Boni, Direttore Marketing, Zurich Italia
Simone Bosetti, Responsabile ICT e Organizzazione, DKV Salute
Marco Bulloni, i2s Team - Direzione Generale Aree Tecniche Danni, Allianz
Stefano Cabella, Direttore Logistica, Gruppo Lavazza
Claudio Caccia, Direttore Sistemi Informativi, MultiMedica
Mauro Calzetti, Direttore New Markets Development, Number1 Logistics Group
Marco Candiani, Operation Director Retail & Consumer, Kuehne + Nagel
Italo Candusso, IT Manager, Bomi Italia
Andrea Carbonera, IT Manager Direzione Sistemi Informativi, Esselunga
Renzo Coser, C.O.O. - Sistemi Assicurativi - Distribuzione, Gruppo ITAS Assicurazioni
Fabrizio De Amicis, Strategic Marketing Support Services, Banca BSI
Roberto Debbi, ICT Project Manager, Heineken Italia
Mariano Di Traglia, Responsabile Business Ospedaliero, Italfarmaco
Alfredo Fabbri, Direttore Sistemi Informativi, Gruppo Preziosi
Paolo Fanti, Responsabile Controllo di Gestione e Sistemi Informativi, Toschi
Daniele Frigo, C.O.O. Responsabile Intelligence e Controllo, Gruppo ITAS Assicurazioni
Andrea Gaggianese, Responsabile Logistica e IT, Ponti
Irene Gesmundo, Resp. Unità Operativa Finanza Controllo e Business Intelligence, ATM
Aurelio Giacomelli, Responsabile area sviluppo e gestione applicativi, Banca Marche
Enzo Greco, Chief Information Officer, Esselunga
Marco Grespigna, Head of Business Unit Retail, Teva Italia

Sergio Guastella, Supply Chain Director, Tetra Pak Italia
Fabrizio Iotti, Responsabile Ufficio Business Intelligence e Reporting, Credito Emiliano
Emilio Lalli, Direttore ICT, Comifar
Raffaele Liotti, Area Contabilità Direzionale, Banca Carige
Giordano Lo Porto, Responsabile Sistemi Informativi, Procos
Fabio Maiolo, Responsabile Controllo di Gestione, Procos
Gianmarco Mangili, Group Planning Director, Safilo
Renato Marchi, Direttore Sistemi Informativi, Gruppo Pam
Manuela Montagna, Area CRM & Business Intelligence, Banca Popolare di Milano
Maurizio Montanari, Responsabile Sistemi Informativi, Interpump Group
Caterina Orlandi, Resp. CRM Market Intelligence, Banca Monte dei Paschi di Siena
Alessandro Pagliano, Head of AD MI & Reporting, Banca Barclays
Ferdinando Parente, Dirigente Banca d'Italia
Alberto Picozzi, Head of Commercial Planning and Development, Credit Suisse
Antonio Pioli, Responsabile Controllo di Gestione, Sanpellegrino
Luca Pipino, Engineering Manager, Kuehne + Nagel
Carlo Polese, Chief Information Officer Corporate, Parmalat
Marco Ravasi, Direttore Sistemi Informativi, Danone Italia
Silvio Rivolta, Responsabile Unità di Global Rules and Policies, Gruppo Unicredit
Simone Rizzo, Direttore Marketing, Neopost Italia
Patrizia Samoggia, Direttore Pianificazione e Controllo, ATM
Alessandro Saralli, Sviluppo Sistemi Informativi, Poste Italiane
Mauro Sgrazzutti, Responsabile Gestione Dati e Statistiche, Fidelity
Giuseppe Simonazzi, Direttore Sistemi Informativi, Dispensa Logistics
Antonio Strafollaci, Responsabile Produzione e Logistica, Mandelli Sistemi
Marco Tordone, Customer Relationship Manager, Takeda Italia
Massimo Trenchi, Responsabile Operations Area Sales & BI, Bolton Services
Roberto Villa, IT and Logistics Director, Roche Diagnostics
Alexander Wiesmueller, Chief Information Officer, Unico

Si ringraziano anche le aziende che hanno partecipato alla Ricerca e che hanno preferito mantenere l'anonimato.

Il Gruppo di Lavoro

Carlo Vercellis
Carlotta Orsenigo

Vania Nannola

Giuseppina Carlomagno
Cristina Lorenzetti

Per qualsiasi commento e richiesta di informazioni:

carlo.vercellis@polimi.it

carlotta.orsenigo@polimi.it

Gli autori del presente rapporto sono Carlotta Orsenigo e Carlo Vercellis.

Copyright degli autori.

La School of Management

La School of Management del Politecnico di Milano

La School of Management del Politecnico di Milano è stata costituita nel 2003. Essa accoglie le molteplici attività di ricerca, formazione e alta consulenza, nel campo del management, dell'economia e dell'industrial engineering, che il Politecnico porta avanti attraverso le sue diverse strutture interne e consorzi.

Fanno parte della Scuola: il Dipartimento di Ingegneria Gestionale, le Lauree e il PhD Program di Ingegneria Gestionale e il MIP, la business school del Politecnico di Milano, focalizzata in particolare sulla formazione executive e sui programmi Master. Essa si avvale attualmente – per le sue molteplici attività di formazione, ricerca e consulenza – di oltre 240 docenti (di ruolo o a contratto, italiani o di provenienza estera) e di circa 80 dottorandi e collaboratori alla ricerca.

La School of Management ha ricevuto l'accreditamento EQUIS, creato nel 1997 come primo standard globale per l'auditing e l'accreditamento di istituti al di fuori dei confini nazionali, tenendo conto e valorizzando le differenze culturali e normative dei vari Paesi.

Le attività della School of Management legate ad ICT & Strategia si articolano in:

- Osservatori *ICT & Management*, che fanno capo per le attività di ricerca al Dipartimento di Ingegneria Gestionale;
- formazione executive e programmi Master, erogati dal MIP.

Gli Osservatori *ICT & Management*

Gli Osservatori *ICT & Management* della School of Management del Politecnico di Milano (www.osservatori.net), che si avvalgono della collaborazione del ICT Institute del Politecnico di Milano, vogliono offrire una fotografia accurata e continuamente aggiornata sugli impatti che le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) hanno in Italia su imprese, pubbliche amministrazioni, filiere, mercati, ecc. Guardare all'impatto che le nuove tecnologie hanno sulle imprese – sul loro modo di dimensionarsi, organizzarsi, rapportarsi – e di converso al ruolo propulsivo che i bisogni originati dalle trasformazioni nelle imprese hanno sullo sviluppo di nuove tecnologie è un qualcosa di connaturato all'ingegneria gestionale sin dalla sua nascita. E le ICT rappresentano sicuramente, da questo punto di vista, un terreno estremamente fertile – e apparentemente inesauribile – di studio.

Gli Osservatori affrontano queste tematiche con lo stile tipico della School of Management del Politecnico di Milano: che è quello di coniugare l'analisi "sperimentale" minuta dei singoli casi reali con il tentativo di costruire quadri di sintesi credibili, di guardare a ciò che accade nel nostro Paese avendo come benchmark le esperienze più avanzate su scala mondiale, di razionalizzare la realtà che si osserva per tratteggiare linee guida che possano essere utili alle imprese.

Gli Osservatori sono ormai molteplici e affrontano in particolare tutte le tematiche più innovative nell'ambito delle ICT.

- ❑ B2b – eProcurement e eSupply Chain
- ❑ Banche 2.0
- ❑ Business Intelligence
- ❑ Canale ICT
- ❑ Cloud & ICT as a Service
- ❑ eCommerce B2c
- ❑ eGovernment
- ❑ Enterprise 2.0
- ❑ eProcurement nella Pubblica Amministrazione
- ❑ Fatturazione Elettronica e Dematerializzazione
- ❑ Gestione Strategica dell'ICT
- ❑ Gioco Online
- ❑ HR Innovation Practice
- ❑ ICT & Business Innovation nel Fashion-Retail
- ❑ ICT & PMI
- ❑ ICT Accessibile e Disabilità
- ❑ ICT in Sanità
- ❑ ICT nel Real Estate
- ❑ ICT nelle Utility
- ❑ ICT Strategic Sourcing
- ❑ Information Security Management
- ❑ Intelligent Transportation Systems
- ❑ Mobile & Wireless Business
- ❑ Mobile Content & Internet
- ❑ Mobile Finance
- ❑ Mobile Marketing & Service
- ❑ Multicanalità
- ❑ New Media & Tv
- ❑ NFC & Mobile Payment
- ❑ RFID
- ❑ Social Network
- ❑ Unified Communication & Collaboration

Riportiamo di seguito alcuni Osservatori in parte correlati all'Osservatorio Business Intelligence:

- ❑ **Enterprise 2.0**
- ❑ **Gestione Strategica dell'ICT**
- ❑ **ICT & PMI**
- ❑ **ICT in Sanità**

Per maggiori informazioni si veda il sito www.osservatori.net.

II MIP

Gli Osservatori *ICT & Management* sono fortemente integrati con le attività formative della Scuola: nel senso che rappresentano una importante sorgente per la produzione di materiale di insegnamento e di discussione per i corsi e traggono anche spesso linfa vitale dalle esperienze di coloro che partecipano ai corsi (in particolare a quelli post-universitari erogati dal MIP) o vi hanno partecipato nel passato.

Insinergia con gli Osservatori, il MIP Politecnico di Milano ha lanciato diverse iniziative nell'ambito ICT & Management:

- ❑ **EMBA ICT – Executive Master of Business Administration ICT**
- ❑ **Corso Executive in Gestione Strategica dell'ICT**
- ❑ **Corsi Brevi ICT&Management**
- ❑ **Master Media & Telco**

Per maggiori informazioni si veda il sito www.mip.polimi.it.

I sostenitori della Ricerca

Partner

- ❑ Microsoft
- ❑ QlikView
- ❑ SAS

Sponsor

- ❑ Altea
- ❑ Ardency
- ❑ Axiante
- ❑ Bicon3
- ❑ Bisight
- ❑ Crystal System
- ❑ Decisyon
- ❑ Iconconsulting
- ❑ Softquattro
- ❑ Sopra Group
- ❑ Targit



Microsoft
www.microsoft.com/italy/

Microsoft

Fondata nel 1975, Microsoft è leader mondiale nel software, nei servizi e nelle tecnologie Internet per la gestione delle informazioni di persone ed aziende. Offre una gamma completa di prodotti e servizi per consentire a tutti di migliorare, grazie al software, i risultati delle proprie attività – in ogni momento, in ogni luogo e con qualsiasi dispositivo.

Microsoft è un'azienda "multi-core" perché opera principalmente in 4 mercati: nel settore dei programmi per il Desktop, ovvero il mondo da cui è nata, nel settore Enterprise, in quello dei nuovi dispositivi, dal gaming agli smartphone sempre più avanzati, ed infine nell'universo dei Servizi Online, pensato per il mercato consumer.

Microsoft ha oltre 90mila dipendenti nel mondo e nell'anno fiscale che si è chiuso lo scorso 30 giugno 2008 ha registrato un fatturato pari a oltre 60 miliardi di dollari.

Microsoft Italia

Microsoft Italia è parte integrante e attiva dell'area Western Europe. Fondata nell'ottobre del 1985, è presente sul territorio italiano con tre sedi principali, a Milano, Roma e Torino. Conta 860 dipendenti con un'età media di circa 38 anni e 25mila aziende partner. E' anche grazie a loro che la filiale italiana di Microsoft è diventata uno dei protagonisti dell'evoluzione informatica e dello sviluppo del nostro Paese, accompagnando milioni di imprese e individui verso l'innovazione tecnologica.

Oggi la società è guidata da Pietro Scott Jovane, che ha assunto il ruolo di Amministratore Delegato nel luglio 2008, dopo aver maturato 6 anni di esperienza in Microsoft Italia, e che spiega: "In Microsoft abbiamo l'ambizione di portare innovazione nei mercati in cui operiamo e per farlo solo lo scorso anno abbiamo investito oltre 8 miliardi di dollari in ricerca e sviluppo. Crediamo inoltre che la miglior soluzione software sia quella che fornisce la miglior prestazione al giusto posto e nel momento più opportuno: è per questo che offriamo ai nostri clienti la possibilità di scegliere tra servizi che risiedono in Rete e servizi che risiedono localmente, presso i server della propria azienda, che si integrano con il software residente nei PC".

QlikTech, pioniere sul mercato della Business Intelligence offre con QlikView una suite completa di strumenti per la business analysis che permette alle imprese di qualsiasi dimensione di allargare gli orizzonti del proprio business, verso il successo, trasformando le intuizioni in vere opportunità.

Nell'era della fluidità delle informazioni dove la quantità di dati da analizzare diventa ogni giorno più rilevante, diventa elemento di grande valore strategico la capacità di saper estrapolare in tempo reale dalle proprie analisi quante più informazioni significative per la conduzione del proprio business.

Grazie a QlikView, gli utenti riescono magicamente ad interagire con i propri dati con risultati senza precedenti. Un unico clic può fornire una visione sorprendente della propria azienda, nuovi momenti di profonda comprensione, che portano verso decisioni migliori, le giuste decisioni.

QlikView è innovazione tecnologica: al contrario delle tradizionali soluzioni di BI che limitano l'analisi entro schemi predeterminati, derivanti da domande preformulate secondo percorsi di pensiero lineari e schematici, QlikView grazie alla consolidata leadership nelle tecnologie e al suo rivoluzionario approccio associativo in-memory, opera infatti secondo logiche associative esattamente come la mente umana, permettendo quindi di esplorare liberamente le informazioni ed eliminando qualsiasi barriera e complessità per un'analisi senza limiti.

Ma QlikView è anche e soprattutto una suite fortemente centrata sui bisogni degli utenti: coniugando semplicità, flessibilità e potenza assicura valore immediato, rilevabile e misurabile nell'arco di giorni o settimane, non più in mesi o addirittura anni, garantendo a chi lo utilizza il reale raggiungimento dei propri obiettivi.

Seeing is believing – SIB - è un mantra per QlikView: un prototipo realizzato con reali dati aziendali è lo strumento più efficace per mostrare come QlikView in 2 o 3 giorni sia in grado di fornire una soluzione concreta alle reali necessità del proprio business, con un ¼ del tempo, la ½ del costo e il doppio del valore rispetto a tradizionali strumenti di BI – vedere per credere!

QlikView Italy, centro di competenza italiano di QlikTech, si basa su un team di professionisti interni e su una rete di partner con peculiari esperienze maturate attraverso la gestione di progetti avanzati presso una clientela tecnologicamente evoluta.

Oggi sono quasi 600.000 gli utenti che, in ogni parte del mondo, utilizzano quotidianamente con successo e soddisfazione le applicazioni QlikView.

QlikTech conta oltre 12.000 clienti in 95 Paesi, e più di 800 partner in tutto il mondo.

In Italia, l'Azienda è presente dal 2002 e vanta oltre 2500 clienti in svariati settori merceologici e di differenti dimensioni.

QlikView

QlikView

www.qlikview.com



SAS
www.sas.com/italy

SAS è leader nei software e servizi di *Business Analytics* ed è la più grande società indipendente nel mercato della Business Intelligence, con oltre 11.000 dipendenti e un fatturato globale di 2,31 miliardi di dollari. Attraverso soluzioni innovative fornite nell'ambito di un framework integrato e con oltre 45.000 installazioni, SAS aiuta le imprese a migliorare le performance e a veicolare valore aiutando i manager a prendere decisioni migliori in tempi brevi. SAS fornisce dal 1976 alle aziende di tutto il mondo THE POWER TO KNOW®.

SAS, in particolare, fornisce soluzioni per ogni area aziendale (direzione generale, rischio e controllo di gestione, marketing e vendite, risorse umane, etc.) e settore di mercato (finanziario, industria, commercio e servizi, telecomunicazioni, utilities, sanità, enti pubblici e università), attraverso tecnologie di data integration, advanced analytics, reporting e performance management.

Le soluzioni SAS si integrano con tutti i sistemi informativi aziendali per fornire una visione dettagliata, consuntiva e predittiva, dei processi allo scopo di aumentare i ritorni sugli investimenti.

La proposta SAS

Da oltre trent'anni sul mercato statunitense e da oltre venti su quello italiano, SAS permette, anche all'utente meno esperto, di accedere facilmente ai dati, creare e produrre report e utilizzare sofisticate funzioni di analisi, garantendo all'IT il controllo sulla qualità e la coerenza dei dati.

Grazie ai Business Analytics di SAS è possibile stabilire correlazioni tra i dati, analizzare serie storiche, determinare trend e comportamenti stagionali, simulare scenari economici, segmentare e classificare i clienti, calcolare indici, score e rank.

Nonché individuare 'pattern' che aiutano a comprendere meglio i fenomeni per offrire servizi migliori ai clienti, ai pazienti, ai cittadini. Alcune di queste funzionalità trovano la loro destinazione in specifici settori di mercato. Basti pensare all'analisi del rischio, alla prevenzione delle frodi, alla tariffazione assicurativa, all'attività antiriciclaggio inerenti il mondo finanziario; o al monitoraggio dei fenomeni ambientali, alla standardizzazione dei dati, alla definizione di modelli macroeconomici utili soprattutto nel campo della Pubblica Amministrazione e Sanità; o ancora, all'analisi dell'impatto delle promozioni sulle vendite, al controllo di qualità, alla previsione della domanda, alla gestione delle garanzie e dei ricambi, all'analisi dei costi e delle tariffe dei servizi nel comparto industriale e commerciale.

SAS, inoltre, propone la soluzione Sustainability Management per supportare le aziende nell'individuazione proattiva di strategie innovative per affrontare situazioni complesse dal punto di vista ambientale, sociale ed economico. La soluzione si avvale della struttura della Global Reporting Initiative (GRI) per la rendicontazione in merito agli indicatori della Triple Bottom Line, quelli relativi alle tre sfere della sostenibilità – ambientale, sociale ed economica.

Diminuire l'impatto sull'ambiente e attenuare il rischio futuro di esaurire le risorse naturali del nostro pianeta sono solo alcune delle priorità di qualsiasi azienda responsabile.

SAS consente di ottimizzare le strategie al fine di minimizzare rischi e costi, sviluppare nuove linee di business e migliorare l'utilizzo delle risorse, ambientali e umane, senza penalizzare gli obiettivi fissati dagli stakeholder.

Il Corporate Social Responsibility Report di SAS è conforme alle Sustainability Reporting Guidelines elaborate dalla Global Reporting Initiative. SAS in Italia mette a disposizione una strategia che spazia dalla consulenza all'implementazione, dal supporto tecnico alla formazione, offrendo una rete di esperti per ogni specifica tematica e settore di business.

Altea è una realtà italiana di Consulenza Aziendale e System Integration. Grazie ai risultati di oltre 15 anni di attività e alla soddisfazione e riconoscimento espresso dai Clienti, è stabilmente posizionata tra le più significative realtà nelle classifiche delle Società ICT. Altea è Partner di riferimento per rispondere in modo innovativo e concreto alle esigenze provenienti da Aziende e organizzazioni private e pubbliche, grazie a professionalità e abilità certificate.

Altea offre molte soluzioni, potendo contare su oltre 200 risorse interne impegnate in progetti ICT e organizzativi in differenziati settori industriali e di servizi.

Le nostre competenze:

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Enterprise Business Applications | <input type="checkbox"/> Enterprise Organization Control |
| <input type="checkbox"/> Enterprise Information Management | <input type="checkbox"/> Unified Communication & Collaboration |
| <input type="checkbox"/> Enterprise Technologies Management | <input type="checkbox"/> Adaptive Enterprise |
| <input type="checkbox"/> Supply Chain Management | <input type="checkbox"/> Qualità, Sicurezza, Ambiente |
| <input type="checkbox"/> Project Management | <input type="checkbox"/> Finanziamenti e Formazione |
| <input type="checkbox"/> Product Lifecycle Management | |

I servizi proposti da Altea includono:

- Corporate Organization;
- Corporate Performance Management;
- Progetti ERP, Enterprise Resource Planning;
- Information Technology & Infrastructure;
- Business Process Review;
- Quality, Security and Environment.

Altea è Gold Partner SAP. L'impegno della Service Line SAP di Altea è rimanere sempre allineata alle nuove Soluzioni del mondo SAP, innovandosi in applicazioni e processi per trasformare le competenze in valore aggiunto per i Clienti. Altea ha esperienza consolidata su tutta l'offerta SAP (SAP ECC, BO, BOPC), ma non si occupa solo della piattaforma classica gestionale: la Service Line, con più di 60 Consulenti, opera oggi su NetWeaver 7.1, costruendo le nuove Soluzioni progettuali in ottica ESA. Le Imprese riconoscono così alla Service Line questo valore e le competenze necessarie a comprendere, generare informazioni, elaborarle e rappresentarle con la massima congruenza.



Altea
www.alteanet.it

La Storia. Il progetto Ardency nasce nel 2001, catalizzando le esperienze dei fondatori nello sviluppo di rilevanti progetti di Information & Communication Technology finalizzati a dare slancio competitivo alle imprese attraverso un utilizzo intelligente del proprio patrimonio informativo. Animata da senso di concretezza, competenza e capacità propositiva, Ardency si propone da subito come System Integrator innovativo e totalmente dedicato all'Ingegneria dell'Informazione.

La Mission. Generare valore per il Cliente, tramite la fornitura di soluzioni e servizi nei quali Ardency affianca il Cliente dal momento della valutazione tecnico-funzionale della soluzione e lo accompagna, attraverso l'implementazione, fino alla manutenzione applicativa e al supporto operativo agli utenti finali.

Caratteristiche Distintive

- Una chiara visione di come la Tecnologia supporta la strategia di crescita aziendale.
- Uno scouting continuo su tecnologie innovative e performanti.
- Un team di Consulenti altamente specializzati e in continua formazione.
- Partnership con Tecnologie leader ed innovative (ad esempio Oracle e Microstrategy).
- Capacità di lavorare per obiettivi, instaurando rapporti di lungo termine con i propri Clienti.

Competence Center BI. Il Competence Center di Business Intelligence focalizza le proprie attività in quattro aree:

- Monitoraggio KPI e cruscotti aziendali – Business Performance
- Reporting direzionale e Operativo
- Marketing Operativo e CRM Analitico
- Planning & Simulation

Clienti. Sono diverse decine i Clienti per i quali Ardency ha sviluppato una serie di progetti di successo basati sulla trasformazione di dati, sia strutturati sia destrutturati, in informazioni "business critical". Tali clienti appartengono a svariati settori, tra cui: Telecomunicazioni, Banche, Farmaceutico, Grande Distribuzione, Assicurazioni, Industria, Servizi.



Ardency
www.ardency.it



Axiante
www.axiante.com

AXIANTE è un network globale leader nella consulenza applicativa ed organizzazione aziendale, che vanta una profonda e solida esperienza nella realizzazione di progetti di successo dove dinamismo e flessibilità sono sostenuti dall'approccio propositivo e propulsivo dei nostri consulenti capaci di supportare, stimolare e focalizzare il raggiungimento degli obiettivi anche più ambiziosi.

Le competenze ed eccellenze di Axiante sono organizzate nelle seguenti practices:

- ❑ **Financial Management:** pianificazione e controllo, consolidato, risk management
- ❑ **Performance Management:** analisi e reporting, dashboard, indicatori di performance (KPI)
- ❑ **Enterprise Systems:** ERP, CRM e gestione documentale.

PARTNER CERTIFICATO - L'alleanza con i principali Software Vendor (IBM, Oracle, SAP) si concretizza nel disegno, sviluppo e implementazione di soluzioni per la pianificazione e controllo, oltre che di applicazioni di analisi e reporting per massimizzare la gestione informativa e decisionale. Axiante opera con professionisti specializzati e certificati sulle tecnologie leader di mercato.

MERCATI - La nostra continua evoluzione si arricchisce di un numero sempre crescente di collaboratori con valori etici ed esperienze maturate nei seguenti mercati: bancario, assicurativo, immobiliare, construction, grande distribuzione, logistica, chimico, farmaceutico ed ospedaliero, componentistica ed automotive, alimentare, elettronico.

GESTIRE L'INNOVAZIONE - L'"asset strategico" di Axiante si basa sulla matrice operativa di know-how ed esperienze combinate per aiutare quelle organizzazioni che vogliono fondare la propria competitività oltre che su elementi di efficacia ed efficienza anche attraverso una costante innovazione. La definizione "managing innovation" porta a concepire l'innovazione come un processo continuo e incrementale, che Axiante in prima persona ha concretizzato nella propria metodologia di lavoro, a garanzia di implementazioni di successo.



Bicon3
www.bicon3.com

BICON3 nasce da un team di consulenti che operano da oltre un decennio nell'ambito della Business Intelligence, per offrire soluzioni studiate per rispondere alle esigenze informative delle aziende.

I consulenti di Bicon3, attivi nel mercato della BI da oltre un decennio, sono esperti di organizzazione aziendale e di processi, tecnici e specialisti certificati che possiedono le competenze tecnologiche e di business necessarie alla creazione di sistemi di analisi delle informazioni aziendali, per supportare i clienti nella gestione della loro attività quotidiana.

Il team è formato dal gruppo di consulenti originario e da alcuni collaboratori diretti d'alto profilo, in possesso delle più importanti certificazioni (Cognos, Microsoft, Oracle...), che consentono di portare sul mercato competenze specifiche in ogni ambito della BI. Le professionalità presenti, grazie alle quali Bicon3 collabora strettamente anche con istituzioni universitarie, hanno permesso all'azienda di sviluppare conoscenze tecniche e di processo a 360°, indispensabili per aiutare i clienti a configurare la soluzione più adatta alla loro realtà, con il miglior rapporto costi-benefici.

L'attività di BICON3 si sviluppa in 3 ambiti principali:

- ❑ Servizi di consulenza (soluzioni di Datawarehouse, Query e Reporting, Corporate Performance Management, CRM Analitico e Datamining)
- ❑ Servizi di formazione con il percorso formativo "BICON3 Academy" (si articola in 3 diversi moduli: Strumenti di BI, Metodologie e Governance IT/ITIL)
- ❑ Sviluppo di soluzioni.

Grazie alle comprovate capacità di progettazione e delivery, Bicon3 ha l'opportunità di lavorare a fianco di alcune importanti realtà, multinazionali e non, per sviluppare progetti di Business Intelligence in diversi settori quali quello farmaceutico, sanitario, bancario, delle telecomunicazioni e manifatturiero, nonché di collaborare stabilmente con istituzioni universitarie di Milano.

Bisight è una società di consulenza specializzata nella progettazione e nella realizzazione di soluzioni per la pianificazione e il controllo delle performance aziendali (Sistemi di Business Intelligence e Performance Management).

La nostra società opera da tempo e si è affermata nell'area della consulenza sui modelli direzionali e sulla progettazione di sistemi informativi per la direzione d'azienda, supportando le imprese che intendono sviluppare sistemi evoluti di controllo di gestione e misurazione delle prestazioni aziendali. In particolare, gli interventi su cui abbiamo maturato un'approfondita esperienza sono serviti a:

- valorizzare i sistemi informativi esistenti progettando ed integrando i sistemi transazionali in uso con sistemi di contabilità analitica multidimensionale;
- svolgere software selection volte ad individuare i sistemi ERP meglio rispondenti alle esigenze di operatività aziendale;
- comprendere e gestire l'impatto organizzativo che le nuove logiche di rilevazione integrata possono avere sull'organizzazione aziendale;
- supportare l'implementazione di tali sistemi attraverso opportuni interventi formativi e di change management;
- disegnare e progettare modelli di pianificazione e controllo aderenti al singolo contesto aziendale;
- progettare e realizzare soluzioni di Business Intelligence curandone sia la software selection che la loro implementazione.

Bisight ha costruito un team di professionisti qualificati con competenze trasversali in grado di affiancare i propri clienti nell'adozione e nello sviluppo di pratiche eccellenti volte a migliorare i sistemi decisionali e di governo dell'impresa.

Tali pratiche e professionalità si declinano in interventi di tipo:

- organizzativo (orientate ai processi/organizzazione);
- formativo (orientate alle persone);
- tecnologico (orientate all'introduzione di sistemi di Business Intelligence e Corporate Performance Management).



Bisight
www.bisight.com

Il Gruppo Crystal System nasce in Italia nel 2000 con vocazione europea, da un management che fonde esperienze in Società leader dell'ICT con quelle nel mondo accademico e che ha gestito per oltre 30 anni progetti ICT a livello internazionale. Oggi Crystal - nata per soddisfare gli standard di qualità imposti dai grandi gruppi Europei - è leader di mercato nello sviluppo SAP ABAP, con Factory basate strategicamente in Romania e Moldavia per fornire alta qualità a prezzi competitivi.

Nell'area della Business Intelligence ha portato a termine oltre 50 progetti per importanti Gruppi ed Aziende italiane leader di mercato, utilizzando le 4 piattaforme di focalizzazione - Oracle Hyperion, SAP Business Objects, Microsoft e IBM Cognos - ed operando in logica di "rightshore": giusto mix onsite - nearshore.

Il nearshore evita i problemi dell'offshore: la cultura europea e multilingua e le distanze (2 ore di volo) aiutano a superare facilmente i problemi di comunicazione e a dislocare rapidamente il team presso il cliente in caso di esigenze specifiche.

Consapevole che la qualità nello sviluppo del software dipende fortemente dalla qualità delle risorse umane, Crystal ha consolidato un modello di sviluppo e formazione del personale costituendo un proprio Centro di nelle più importanti Università di Romania e Moldavia: le Facoltà di Cybernetics & Computer Science delle ASE (Accademie di Studi Economici). Inoltre ha dato vita con SAP e Microsoft ad un Master ICT di Gestione di Impresa al quale partecipano oltre 200 tra i migliori talenti locali, in grado di entrare velocemente nelle tematiche aziendali, e capaci di parlare più lingue. Tutti i nostri consulenti parlano inglese e italiano; molti anche francese, tedesco, russo.

Crystal System ha lavorato per numerose aziende leader di mercato quali Fiat, British American Tobacco, Galbani, Pirelli, Ferrero, Enel, Terna, Edipower, RCS Libri, Benetton, Esselunga, Saes Getters, Mapei, Zambon, Carraro, DeLonghi, CartaSi, ERGO Assicurazioni.



Crystal System
www.crystal-system.ro



Decisyon
www.decisyon.it

Decisyon, società italiana che opera nel settore del software di Business Intelligence (BI), si è affermata sul mercato per l'ottimo rapporto prezzo-prestazioni delle soluzioni offerte e per l'uso di un approccio innovativo alla Business Intelligence orientato ad allineare tutti i processi della Value Chain aziendale.

Decisyon offre un prodotto software di classe "Enterprise", denominato anch'esso Decisyon, per l'analisi delle performance aziendali, il reporting e il controllo delle attività che garantisce il supporto decisionale strategico, tattico e operativo a ogni livello dell'organizzazione.

Il prodotto interamente progettato, ingegnerizzato e sviluppato in house, con l'uso delle tecnologie più innovative, nasce da un processo di ottimizzazione dell'esperienza acquisita nello sviluppo di numerosi progetti di BI, valorizzato anche dalla partecipazione ad attività di ricerca con istituzioni accademiche.

Decisyon ha una profonda esperienza e conoscenza degli aspetti legati ai diversi settori di mercato. Infatti ha realizzato numerosi progetti, per importanti aziende, implementati attraverso un approccio innovativo in grado di fornire intelligenza integrata nei processi operativi aziendali.

Decisyon offre una visione unitaria della Value Chain e consente di pianificare, gestire e controllare tutte le attività necessarie per raggiungere il livello di servizio desiderato al minor costo possibile.

Decisyon Process Intelligence

Oggi, per le aziende, lentezza, bassa reattività e disallineamento interno sono cause di inefficienza che, a sua volta, genera rapidamente perdite di quote di mercato. Per evitare l'inefficienza sono necessari processi di business accelerati e più fluidi.

Quale "fluidificante di processo", la Process Intelligence è pensata proprio per le aziende che hanno l'esigenza di ridefinire con rapidità e flessibilità i processi e le relative connessioni.

Un sistema di Process Intelligence, realizzato con Decisyon, agisce da "collante" di tutti i processi aziendali. Esso viene affiancato ai sistemi già presenti e fungendo da sistema "ibrido", ovvero un sistema di tipo sia transazionale sia analitico consente un uso innovativo dei sistemi di analisi.



Iconconsulting
www.iconconsulting.biz

ICONCONSULTING è un importante attore protagonista nello scenario italiano della consulenza relativa alla progettazione ed implementazione dei Sistemi a Supporto delle Decisioni.

Nasce da un gruppo di ricercatori e consulenti fortemente specializzati nell'area Data Warehouse, Business Intelligence e Business Performance Management.

La sua caratteristica distintiva è un know-how a 360 gradi su tutte le tecnologie leader di mercato e la forte ed esclusiva specializzazione su queste soluzioni.

Questa unicità, che la distingue nel panorama italiano, è possibile grazie al continuo lavoro di sperimentazione del Laboratorio di Ricerca e Sviluppo interno, motore di miglioramento tecnologico e di costante aggiornamento dei suoi collaboratori.

Competenza, esperienza e costante attenzione verso le nuove soluzioni architetture hanno portato ICONCONSULTING a diventare, oggi, l'interlocutore di fiducia di numerose aziende di prestigio a livello nazionale ed internazionale. La mission dell'azienda è quella di rappresentare un centro di eccellenza, un punto di riferimento sul mercato della consulenza dove qualità, professionalità ed entusiasmo sono al servizio della soddisfazione del cliente.

Questa scelta distintiva unita al fatto di non avere rapporti di esclusività con alcun vendor, consente ai suoi consulenti di selezionare la soluzione tecnologica migliore, perché scelta unicamente in ragione delle reali esigenze del Cliente.

ICONCONSULTING vuole diventare il partner ideale di chi punta alla qualità e all'attenzione ai dettagli, utilizzando le competenze acquisite negli anni con aziende di primaria importanza e di differenti settori merceologici.

Oggi ICONCONSULTING può vantare più di 270 progetti realizzati con successo e può inoltre vantare una serie di referenze prestigiose che si sono avvalse del know how e dell'esperienza dei nostri consulenti.

SOFTQUATTRO è un'azienda del Gruppo Nous Informatica, con uffici a Milano e Roma e staff location a Torino. Fondata nel 1993 a Milano da un team di professionisti con una qualificata esperienza nel settore IT, ha sempre avuto come obiettivo la fornitura di metodologie, prodotti e servizi nell'area del data warehousing, offrendo una consulenza completa riguardo la progettazione e la messa in esercizio di sistemi informativi eterogenei e complessi.

SOFTQUATTRO ha così maturato, nel corso degli anni, una significativa competenza nei progetti data warehouse, fino ad arrivare alla realizzazione di soluzioni applicative (*solution set*) per il settore Banche e Grande Distribuzione Organizzata (food e fashion) relativamente al calcolo del margine, calcolo della redditività cliente, budget, cost allocation, segment reporting e dimensionamento organici, ad esempio, che consentono una rapida implementazione a costi contenuti di applicazioni rispondenti alle necessità del Cliente, mantenendo comunque la flessibilità e la scalabilità necessarie ad ogni applicazione di successo.

L'affidabilità e l'esperienza condivise con i propri Clienti sono diventate il fattore distintivo di SOFTQUATTRO, che hanno permesso di focalizzarsi su tematiche specifiche della Business Intelligence quali il Corporate Performance Management, specificatamente nelle aree Finanza, Controllo e Marketing.

Inoltre, il mix tra il know how acquisito e il costante contatto con i player tecnologici di riferimento quali IBM/Cognos, SAP/BPC/BO e ORACLE, continuano a fare di SOFTQUATTRO un partner preferenziale per le molteplici declinazioni della Business Intelligence.

Il Gruppo Nous Informatica è sponsor dell'Osservatorio per la Business Intelligence promosso dalla School of Management del Politecnico fin dalla prima edizione.



un'azienda del
Gruppo Nous Informatica

Softquattro

www.softquattro.com

Gruppo Nous Informatica

www.grupponousinformatica.it

Realtà multinazionale di Consulting, System Integration, Technology e Outsourcing, grazie a un'offerta globale rivolta sia al mercato large account che della PMI ed al know how consolidato sulla tecnologia più innovativa, Sopra Group supporta i propri clienti nella revisione e nell'implementazione dei processi, progettando soluzioni informatiche efficaci ed efficienti e gestendo in outsourcing sistemi e applicativi gestionali. Gli oltre 40 anni di esperienza maturata nell'integrazione di sistemi consentono a Sopra Group di disporre di tutte le competenze necessarie per sviluppare e migliorare sistemi informativi complessi.

Con l'obiettivo di offrire sempre ai propri Clienti quanto di meglio la tecnologia possa offrire, Sopra Group si avvale di un sistema di coordinamento delle competenze tecnologiche in grado di capitalizzare l'esperienza acquisita nel tempo. Competenze che le sono riconosciute dai principali player del mercato, non solo a livello di architettura e infrastrutture tradizionali, ma anche in altri settori all'avanguardia come ad esempio quello della Business Intelligence. Con oltre 400 risorse Sopra Group opera oggi in Italia attraverso le sue sedi di Milano, Parma e Roma ed è partner di riferimento per Clienti a carattere nazionale e internazionale operanti nei settori Industria, Banche, Assicurazioni, Utilities, Logistica, PAL e PAC, GDO.

Prodotti, Soluzioni e Servizi

Consulenza

- Strategia e Management
- Business Consulting: architettura -tecnologia-processi di business

System Integration

- Oracle, SAP, Microsoft
- Business Intelligence, Portali, e-Commerce, Business Solutions, CRM
- Sviluppi custom

Soluzioni applicative

- Soluzioni per il settore bancario
- Soluzioni per la gestione risorse umane

Outsourcing applicativo

- Implementazione di progetti con sviluppo in corso
- Application Management
- Servizi di testing su sistemi informativi completi o loro parti
- Industrializzazione dei processi di sviluppo: progetti complessi di front office e back office sostenuti da una rete di Centri di Servizi

Sopra
group

Sopra Group

www.sopragroup.com



Targit
www.targit.com

TARGIT BI Suite è la tecnologia di *Business Intelligence* sviluppata a Hjørring - Danimarca - da TARGIT. Definita da IDC come uno dei maggiori *pure player* europei del settore, TARGIT ha una diffusione su scala mondiale di oltre 3.400 aziende clienti e 240.000 utenti.

La suite è distribuita attraverso un canale indiretto costituito da più di 280 partner certificati: di cui 276 rivenditori e 8 distributori, tra cui TARGIT Italia, nata il 28 Settembre 2009, come distributore esclusivo per il mercato italiano di TARGIT BI SUITE.

TARGIT è una soluzione concepita per un utilizzo semplice ed intuitivo da parte degli utenti che hanno a disposizione all'interno di un'unica applicazione funzionalità di Analisi, Reporting, Dashboarding e Simulazione.

Un unico strumento attraverso cui accedere con pochi click a tutte le informazioni desiderate, all'interno di uno schema condiviso per tutte le aree di business e le funzioni aziendali. Con TARGIT il *decisore aziendale* può rispondere efficacemente e tempestivamente ai propri fabbisogni informativi avendo a disposizione uno strumento "a misura" di utente, in grado di fornire un supporto concreto a ciascuna fase del processo decisionale.

TARGIT si integra con semplicità a tutte le principali fonti informative aziendali.

Dispone inoltre di una serie di moduli, TARGIT BI Accelerator, di connessione specifica con alcune soluzioni tra cui Microsoft Dynamics NAV, AX e CRM e SAP Business One che consentono di costruire in modo automatico una soluzione di *Business Intelligence*. In poche ore mettono a disposizione un datawarehouse, una serie di datamart multidimensionali ed alcuni prospetti (analisi, report e dashboard) immediatamente utilizzabili dagli utenti aziendali.

"UTENTE CENTRICO", supporto concreto al processo decisionale, interfaccia ergonomica ed intuitiva, un solo strumento applicativo integrato alle diverse fonti informative aziendali per realizzare dashboard, analisi e report: questo è TARGIT.

Partner

www.osservatori.net

Microsoft

QlikView

SAS
THE POWER TO KNOW.

Sponsor

ALTERA

ARDENCY

axiante
managing innovation

3
BICON

bisight
TOUCH YOUR VISION WITH INTELLIGENCE

crystal
system
MAKE YOUR FUTURE CLEAR

Decisyon

ICONSULTING
PASSIONE E TALENTO

SOFT
QUATTRO
un'azienda del
Gruppo Nous Informatica

Sopra
group

TARGIT
business intelligence