

POLITECNICO DI MILANO



DIPARTIMENTO
DI INGEGNERIA
GESTIONALE



Osservatorio Business Intelligence
Business Intelligence:
universo in continua evoluzione
Executive Summary

Business Intelligence: universo in continua evoluzione

Rapporto 2011 Osservatorio Business Intelligence

School of Management

POLITECNICO DI MILANO



DIPARTIMENTO
DI INGEGNERIA
GESTIONALE



Partner



Microsoft



Sponsor



arche**bit**



bisight
TOUCH YOUR VISION WITH INTELLIGENCE



Decision



Novembre 2011
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: le tendenze in atto	13
❑ Business Intelligence: tendenze in atto	13
❑ Componenti e funzionalità di un'architettura di BI	13
❑ Maturity model	14
❑ Le prospettive di mercato e le tendenze in atto	15
❑ Advanced analytics	15
❑ Cloud computing	18
❑ Analisi di dati non strutturati e social media	20
❑ Big data	22
❑ Business intelligence real-time e event driven	24
❑ Mobile business intelligence	26
❑ Self-service business intelligence	27
2. L'indagine empirica	31
❑ Priorità di sviluppo dei sistemi di BI e crescita degli investimenti	32
❑ Principali promotori	32
❑ Frequenza di utilizzo dei sistemi di BI e priorità degli advanced analytics	33
❑ Qualità dei dati e funzionalità di self-service BI	34
❑ BI e creazione di valore	35
❑ BI e marketing relazionale	36
❑ BI e supply chain	36
❑ Principali vantaggi e principali criticità	37
❑ Linee di sviluppo	38
3. Alcune testimonianze	41
Nota metodologica	51
Il Gruppo di Lavoro	55
La School of Management	57
❑ La School of Management del Politecnico di Milano	57
❑ Gli Osservatori <i>ICT & Management</i>	57
❑ Il MIP	58
I sostenitori della Ricerca	59



www.osservatori.tv
Osservatori ICT & Management

Nella Web Tv degli Osservatori è possibile rivedere le riprese integrali del Convegno
“Business Intelligence: universo in continua evoluzione”.

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 Funzionalità di un'architettura di BI	13
Figura 1.2 Maturity model per la grandi imprese del campione	15
Figura 1.3 Gli analytics nella piramide della business intelligence	16
Figura 1.4 Ambiente di cloud computing per le analisi di BI	19
Figura 1.5 Gestione di un data warehouse su cloud	20
Figura 1.6 Business intelligence e social network analysis	21
Figura 1.7 Eterogeneità delle fonti e integrazione dei big data	22
Figura 1.8 Gestire i big data: le sfide	23
Figura 1.9 Latenza delle informazioni per le analisi di BI	24
Figura 1.10 Sistemi di BI real-time	25
Figura 1.11 Mobile BI: relazione tra livello di adozione e modalità di utilizzo	26
Figura 1.12 Self-service BI: i principali obiettivi	28
Figura 2.1 Priorità di sviluppo dei sistemi di BI	31
Figura 2.2 Evoluzione del budget degli investimenti in BI	32
Figura 2.3 Promotori della BI in azienda	32
Figura 2.4 Frequenza di utilizzo delle funzionalità di BI	33
Figura 2.5 Grado di priorità degli advanced analytics	34
Figura 2.6 Accesso alle informazioni e agli analytics	34
Figura 2.7 Qualità dei dati	35
Figura 2.8 Self-service BI	35
Figura 2.9 Funzionalità di BI e creazione di valore d'impresa	36
Figura 2.10 Principali attività supportate dai sistemi di BI	36
Figura 2.11 BI e marketing relazionale	37
Figura 2.12 BI e supply chain	37
Figura 2.13 Principali vantaggi con i sistemi di BI	38
Figura 2.14 Principali criticità dei sistemi di BI	38
Figura 2.15 Linee di sviluppo dei sistemi di BI	39
Figura N.1 Composizione del campione delle imprese rispetto ai settori di appartenenza	51

Indice dei casi

	pagina
Caso 3.1	BCC Lease S.p.A.: Business intelligence per la gestione delle istruttorie 41
Caso 3.2	Danone: Uno strumento di analisi e reporting a supporto delle scelte di business 43
Caso 3.3	Istituto Neurologico Carlo Besta: Il progetto di Balanced Scorecard 45
Caso 3.4	Ospedale Pediatrico Bambino Gesù di Roma: Un nuovo sistema di planning 47
Caso 3.5	3 Italia: La BI per il CRM strategico 49

Introduzione

L'Osservatorio Business Intelligence della School of Management del Politecnico di Milano, avviato nel 2008, si rivolge a un tema di grande attualità e di rilevanza strategica per le imprese e le pubbliche amministrazioni.

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 e Utilities, Media, Fashion e Retail, Manufacturing nel corso del 2009 e Banking e Finance, Pharma e Sanità, GDO e 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 Rapporto di ricerca 2011 illustra le indagini e i risultati ottenuti nel corso dell'ultimo anno. Esso si fonda su una solida base empirica costituita da più di 90 imprese intervistate, che hanno permesso di identificare alcune best practice e le principali tendenze evolutive in atto. A dispetto della sfavorevole congiuntura economica, l'indagine empirica conferma 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

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 biennio 2009-2010 l'Osservatorio BI ha concentrato le proprie indagini sui principali settori industriali e dei servizi – Telco e Utilities, Media, Fashion e Retail, Manufacturing nel 2009 e Banking e Finance, Pharma e Sanità, GDO e Manufacturing nel 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 di identificare fattori critici per il successo di progetti di business intelligence.

A dispetto della congiuntura sfavorevole, gli investimenti in sistemi di business intelligence nel corso del biennio 2009-2010 e del primo semestre 2011 sono cresciuti in modo significativo, con incrementi medi che superano il 7%. Anche per il futuro le prospettive di sviluppo si presentano favorevoli, con una previsione di crescita superiore all'8% per il prossimo triennio. Gli investimenti in sistemi di BI continuano a risultare superiori alla media degli investimenti complessivi in ICT. Le applicazioni di business intelligence rafforzano il proprio ruolo strategico e rappresentano una priorità per i CIO, per il contributo che offrono al miglioramento dei processi decisionali, all'ottimizzazione delle prestazioni, all'incremento dei ricavi, alla riduzione dei costi.

La ricerca 2011 si fonda su una solida base empirica costituita da più di 90 casi di studio, che hanno permesso di identificare alcune best practice e le principali tendenze evolutive in atto. Attraverso le interviste e i questionari analizzati è stato possibile identificare le principali aree di applicazione dei sistemi di business intelligence, 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 corso degli anni seguenti.

Principali risultati

L'indagine condotta sul campione di imprese analizzate ha permesso di identificare alcune evidenze empiriche di notevole interesse relative allo stato e all'evoluzione futura dei sistemi di business intelligence.

- **Vantaggi.** Il vantaggio principale conseguito dai sistemi di BI riguarda la maggiore efficacia delle decisioni, seguito dalla rapidità di reazione. Tra i benefici di natura organizzativa, figurano la visione univoca delle informazioni e la maggiore condivisione della conoscenza.
- **Criticità.** Le barriere che ostacolano l'adozione di sistemi di BI sono prevalentemente di natura organizzativa e culturale. Da un lato, la mancanza di commitment dei C-level, la mancanza di visione strategica che concepisca i progetti di BI come attività che riguardano l'impresa nel suo complesso, la carenza di comunicazione e collaborazione. Dall'altro, le resistenze culturali al cambiamento e la carenza di skills adeguate per poter impiegare gli strumenti di BI e segnatamente gli advanced

analytics, la capacità dei knowledge worker di ricercare informazioni e di tradurle in azioni efficaci.

- **Nuovi scenari.** Si sta rapidamente affermando un nuovo ambiente competitivo sotto la spinta convergente di cinque forze principali: la potenza metodologica degli *advanced analytics* per ricavare predizioni e svolgere ottimizzazioni; la diffusione dei *social networks* con il loro enorme potenziale informativo; la crescita di collezioni di *big data* contenenti exabyte di dati, in prevalenza non strutturati; la disponibilità a basso costo di tecnologie *cloud* capaci, tra l'altro, di gestire big data su scala distribuita; la diffusione capillare di *device mobili* in grado di accedere ad applicazioni BI in remoto. Le imprese sono quindi chiamate a raccogliere questa sfida e a inventare nuovi modi di competere e di svolgere le proprie attività, ponendo al centro le relazioni con i clienti e lasciandosi guidare dall'analisi della ingente mole di informazioni. Il tradizionale concetto di warehouse aziendale isolato e autosufficiente risulta ormai obsoleto. Assistiamo all'integrazione di più sistemi informativi, che includono content e knowledge management, data warehouse, data mart e architetture per la gestione di big data non strutturati, destinati a trasformarsi in un data warehouse virtuale a supporto delle analisi di BI e degli *advanced analytics*.
- **Advanced analytics.** L'impiego di *advanced analytics*, già apparso in progressivo aumento negli scorsi anni, continua ad affermarsi in quanto permette di supportare efficacemente i processi decisionali e di conseguire benefici in termini di vantaggio competitivo. Siamo tuttavia in presenza di un cambiamento di paradigma in quanto la necessità di svolgere analisi di big data, in larga parte costituiti da dati non strutturati estratti da social network, richiede nuove generazioni di algoritmi predittivi e di ottimizzazione robusti progettati per affrontare il volume, la varietà e la tempestività nell'analisi dei dati. Si tratta in molti casi di algoritmi di elaborazione in parallelo, che consentono di dividere automaticamente i carichi di lavoro su molteplici server per migliorare le

prestazioni a fronte di collezioni di dati di enormi dimensioni.

- **Social networks.** La massiccia presenza sui social network – ormai frequentati da quasi un miliardo e mezzo di individui, a un tempo cittadini, clienti, lavoratori, lettori, influenzatori – rende evidente l'importanza crescente del web come canale di comunicazione e promozione dell'immagine delle imprese. L'analisi delle informazioni relative alle visite a siti, forum, blog, messaggi, email diviene critica per estrarre conoscenze indispensabili per guidare le azioni di marketing e vendita, per progettare lo sviluppo e il posizionamento di nuovi prodotti, per valutare la web reputation di prodotti e servizi.
- **Big data.** Il termine “big data” si riferisce alle enormi moli di dati che vengono creati all'interno dei sistemi informativi aziendali, ad esempio mediante la raccolta di dati di processo real-time o di transazioni commerciali, l'estrazione di informazioni dai social network, la collezione di dati da dispositivi mobili. Si tratta nel complesso di dati che non è possibile caricare in un tipico database relazionale, per limiti tecnici o economici. I big data si estendono per dimensioni da petabyte a exabyte, e contengono dati eterogenei per origine, contenuto e rappresentazione, in prevalenza di natura testuale: transazioni commerciali, finanziarie e amministrative, percorsi di navigazione su web, email, messaggi su forum, blog, social networks, misurazioni di parametri di processi, contratti, fatture, documentazioni e reports, reclami, file multimediali, per limitarsi ad alcuni esempi. Si valuta che almeno l'85% delle informazioni oggi disponibili rientri nella categoria dei dati non strutturati.
- **Cloud.** L'obiettivo dei modelli cloud è la distribuzione delle risorse hardware e software sulla rete, la possibilità di avere accesso a tali risorse da ogni luogo e in ogni momento, la sicurezza dei dati in termini di backup, la capacità di potenziare l'infrastruttura IT in modo dinamico e senza investimenti di ampia portata. 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.

- **Mobile BI.** L'ampia diffusione di dispositivi tablet sul mercato ha dato origine allo sviluppo di nuovi strumenti di analisi che traggono vantaggio dalle capacità di calcolo e dalla qualità dei display dei device mobili, rendendo così possibile l'utilizzo di dashboard e report interattivi anche in mobilità. Il successo di applicativi di BI mobile può favorire anche il paradigma di *self-service BI*,

consentendo agli utenti mobili di creare analisi personalizzate che possono essere di grande ausilio nel corso dei processi decisionali.

- **Event driven BI.** Le applicazioni di business intelligence operativa e orientata agli eventi, real-time o near real-time, in crescente diffusione, consentono di agire in modo tempestivo mediante l'automazione delle decisioni operative. Risulta evidente come questi strumenti applicativi possano trarre vantaggio dagli advanced analytics sviluppati per l'elaborazione di big data e da tecnologie cloud che consentono l'accesso a infrastrutture hardware e software a costi proporzionali all'utilizzo e con espandibilità potenzialmente illimitata.



Carlotta Orsenigo



Carlo Vercellis

Nota metodologica

L'edizione 2011 della ricerca dell'Osservatorio Business Intelligence si è posta i seguenti obiettivi:

- analizzare le dinamiche di sviluppo delle applicazioni di BI con particolare riferimento alle aziende operanti nei settori finance, retail, servizi, manufacturing;
- identificare nei diversi settori i processi decisionali che possono trarre maggiore beneficio dall'impiego delle applicazioni di BI;
- studiare le best practices nell'adozione dei sistemi di BI nei settori più maturi e delineare percorsi di diffusione in altri settori;
- evidenziare le tendenze in atto con particolare riferimento ad alcuni temi quali l'impiego di advanced analytics, la gestione dei big data e dei dati non strutturati, la relazione tra business intelligence e siti di social networking, il ricorso a piattaforme di cloud computing.

Per conseguire tali obiettivi sono state condotte attività di ricerca di diversa natura. In primo luogo, sono stati organizzati workshop tematici rivolti in prevalenza a grandi imprese operanti in settori eterogenei. I workshop 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, e hanno permesso l'analisi e il confronto di esperienze legate all'impiego e allo sviluppo di applicazioni di BI maturate in contesti differenti. In secondo luogo, sono state condotte interviste allo scopo di arricchire e integrare le informazioni raccolte durante i convegni relative agli obiettivi dell'indagine.

Nel corso dei workshop tematici e delle interviste si è posta particolare enfasi su alcuni aspetti, tra i quali:

- il posizionamento attuale e il posizionamento a tendere dell'azienda con riferimento al *maturity model* della business intelligence, al fine di valutare il grado di maturità dell'impresa nell'impiego delle applicazioni di BI e di delinearne i piani di sviluppo;
- le principali aree di applicazione della BI nelle diverse funzioni aziendali;
- la propensione delle aziende del campione a realizzare progetti di BI basati su strumenti e metodologie di ultima generazione.

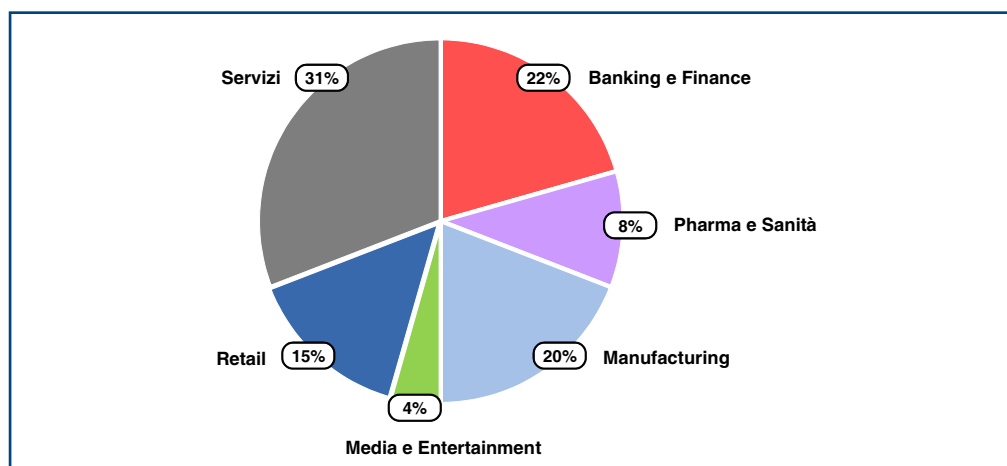


Figura N.1
Composizione del campione delle imprese rispetto ai settori di appartenenza

La ricerca ha coinvolto oltre 90 tra imprese ed organizzazioni operanti in diversi settori secondo la ripartizione indicata nella Figura N.1.

Il campione è costituito per l'87% da grandi aziende e per il 13% da PMI.

Si ringraziano per la loro disponibilità a partecipare all'edizione 2011 dell'Osservatorio Business Intelligence le seguenti aziende e organizzazioni:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> A2A | <input type="checkbox"/> Istituto Neurologico Carlo Besta |
| <input type="checkbox"/> Acque A.p.A. | <input type="checkbox"/> Lavazza |
| <input type="checkbox"/> AgustaWestland | <input type="checkbox"/> Lombardini Holding |
| <input type="checkbox"/> Alessi | <input type="checkbox"/> Loro Piana |
| <input type="checkbox"/> Angelini | <input type="checkbox"/> Mapei |
| <input type="checkbox"/> Arnoldo Mondadori Editore | <input type="checkbox"/> Matrix |
| <input type="checkbox"/> Azienda Trasporti Milanesi | <input type="checkbox"/> m-dis |
| <input type="checkbox"/> Bally | <input type="checkbox"/> Mediobanca |
| <input type="checkbox"/> Banca Popolare di Milano | <input type="checkbox"/> Moleskine |
| <input type="checkbox"/> Banca Popolare di Sondrio | <input type="checkbox"/> Mondial Assistance |
| <input type="checkbox"/> Bayer | <input type="checkbox"/> Multimedita |
| <input type="checkbox"/> BCC Lease S.p.A. | <input type="checkbox"/> Nectar |
| <input type="checkbox"/> Bomi Italia | <input type="checkbox"/> Novartis |
| <input type="checkbox"/> BravoFly | <input type="checkbox"/> Nuovo Istituto Italiano D'Arti Grafiche |
| <input type="checkbox"/> Car World Italia | <input type="checkbox"/> Nycomed |
| <input type="checkbox"/> Danone | <input type="checkbox"/> On Telecoms |
| <input type="checkbox"/> Direct Line | <input type="checkbox"/> Orecchia e Scavarda |
| <input type="checkbox"/> Edipower | <input type="checkbox"/> Ospedale Pediatrico Bambino Gesù di Roma |
| <input type="checkbox"/> Edison | <input type="checkbox"/> Penny Market |
| <input type="checkbox"/> ENI | <input type="checkbox"/> Pomellato |
| <input type="checkbox"/> Ericsson | <input type="checkbox"/> Radici Partecipazioni |
| <input type="checkbox"/> Esselunga | <input type="checkbox"/> Roberto Cavalli |
| <input type="checkbox"/> Euronics | <input type="checkbox"/> Smith & Nephew |
| <input type="checkbox"/> Eurovetropac | <input type="checkbox"/> Snam Rete Gas |
| <input type="checkbox"/> Expo 2015 | <input type="checkbox"/> Thetis |
| <input type="checkbox"/> Fiditalia | <input type="checkbox"/> TicketOne |
| <input type="checkbox"/> FinecoBank | <input type="checkbox"/> Tod's |
| <input type="checkbox"/> GE.SI.ass. | <input type="checkbox"/> TUA Assicurazioni |
| <input type="checkbox"/> Gruppo Amadori | <input type="checkbox"/> Vodafone |
| <input type="checkbox"/> Gruppo Citterio | <input type="checkbox"/> Walt Disney Company Italia |
| <input type="checkbox"/> Gruppo Sapio | <input type="checkbox"/> Wind |
| <input type="checkbox"/> Gruppo Zurich | <input type="checkbox"/> Yamamay |
| <input type="checkbox"/> Heineken Italia | <input type="checkbox"/> 3 Italia |
| <input type="checkbox"/> ING Direct | |
| <input type="checkbox"/> Intesa Sanpaolo | |

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

Fabrizio Albini, Responsabile IT Business Integration, Walt Disney Company Italia

Stefano Cabella, World Wide Logistics Director, Lavazza

Claudio Caccia, Direttore Sistemi Informativi, MultiMedica

Roberta Campanelli, Responsabile Organizzazione e Controllo BCC Lease

Enrico Cantoni, Direttore Sistemi Informativi, Lombardini Holding

Andrea Carbonera, IT Manager Direzione Sistemi Informativi, Esselunga

Danilo Croci, Direttore U.O. Laboratorio Analisi, Istituto Neurologico Carlo Besta

Francesco Fabbri, ICT Project Manager, Gruppo Amadori

Gianluca Fusco, Chief Information Officer, Edipower

Irene Gesmundo, Resp. Unità Operativa Finanza Controllo e Business Intelligence, ATM
Enzo Greco, Direttore Sistemi Informativi, Esselunga
Paolo Lomazzi, Responsabile Architettura Applicativa, Banca Popolare di Milano
Giorgio Mazzuoli, IS Solution Manager, Danone
Alessio Mugnaini, Distributed Applications Leader, Roberto Cavalli
Andrea Oggioni, Responsabile Organizzazione Interna, Processi e Progetti, GE.SI.ass.
Stefano Perfetti, ICT Service Line Corporate Manager, A2A
Marco Rizzardi, Responsabile Business Intelligence, Matrix
Sergio Ronca, IT Manager, Smith & Nephew
Mauro Sgrazzutti, Business Intelligence & CRM-DWH IT Manager, Fidelity
Paolo Tha, Direttore Sistemi Informativi, Yamamay
Andrea Trabacchi, CRM Strategy Implementation, 3 Italia
Matteo Veneziani, Direttore Sistemi Informativi, EXPO 2015

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
Davide Magatti

Per qualsiasi commento e richiesta di informazioni:

carlo.vercellis@polimi.it

carlotta.orsenigo@polimi.it

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 consortili.

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;
- ❑ I progetti di ricerca europei.

Gli Osservatori *ICT & Management*

Le Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione (ICT) svolgono un ruolo sempre più pervasivo e strategico in qualsiasi organizzazione, diventando una potente leva di innovazione e di miglioramento delle performance.

Una corretta *conoscenza* di queste tecnologie e, soprattutto, del loro impatto sul business può portare una qualsiasi azienda a sfruttarle efficacemente per ottenere benefici significativi e migliorare la sua competitività. Gli Osservatori *ICT & Management* della School of Management del Politecnico di Milano, che si avvalgono della collaborazione dell'ICT Institute del Politecnico di Milano, nascono proprio con l'obiettivo di contribuire a questa *conoscenza*.

Gli Osservatori si rivolgono in particolare ai *manager e ai decision maker delle aziende utilizzatrici di ICT* per fornire loro informazioni sulle opportunità offerte dalle soluzioni più innovative attraverso ricerche puntuali, studi di caso, benchmark, video degli eventi, atti dei convegni, ecc. – informazioni approfondite sulle opportunità.

Gli Osservatori si rivolgono anche a tutte le aziende che offrono soluzioni e servizi ICT (software vendor, hardware vendor, service provider, consulenti, operatori del canale), fornendo fotografie approfondite sugli scenari di mercato in Italia, con l'intento di supportarle nella messa a punto di offerte più efficaci.

Gli Osservatori attualmente attivi sono:

- ❑ B2b – eProcurement e eSupply Chain
- ❑ Business Intelligence
- ❑ Canale ICT
- ❑ Cloud & ICT as a Service
- ❑ eCommerce B2c
- ❑ eGovernment
- ❑ Enterprise 2.0
- ❑ eProcurement nella PA
- ❑ Fatturazione Elettronica e Dematerializzazione
- ❑ Gestione Strategica dell'ICT
- ❑ Gioco Online
- ❑ HR Innovation Practice
- ❑ ICT & Business Innovation nel Fashion-Retail
- ❑ ICT & Commercialisti
- ❑ 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
- ❑ Internet of Things
- ❑ Intranet Banche
- ❑ Mobile & Wireless Business
- ❑ Mobile Banking
- ❑ Mobile Internet, Content & Apps
- ❑ Mobile Marketing & Service
- ❑ Multicanalità
- ❑ New Media & New Internet
- ❑ New Slot & VLT
- ❑ New Tablet & Business Application
- ❑ 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.

In sinergia 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

- ❑ IBM
- ❑ Microsoft
- ❑ Targit

Sponsor

- ❑ ABIC
- ❑ Archebit
- ❑ Ardency
- ❑ Bicon3
- ❑ Bisight
- ❑ Crystal System
- ❑ Decisyon
- ❑ Novaratio
- ❑ Solid Quality Mentors



IBM
www.ibm.com/it/it/

IBM Partner d'innovazione

L'innovazione è uno dei valori fondamentali della cultura IBM e ne ispira le strategie e l'attività. Essere innovativi, per IBM, significa riallineare costantemente il proprio modo di operare e la propria «value proposition» alla dinamica del mercato globale. In questo contesto, IBM dedica circa 6 miliardi di dollari all'anno in ricerca e sviluppo, con 8 laboratori nel mondo e oltre 3.000 persone dedicate. E' da diciotto anni la società con il maggior numero di brevetti negli Stati Uniti e detiene primati in ogni area tecnologica, dai microprocessori ai supercomputer, dai sistemi server al software.

Allo stesso tempo, IBM si rivolge ai clienti con un'offerta in cui le componenti di hardware, software e servizi si armonizzano nel più ampio concetto di soluzione che crea e trasferisce valore. L'obiettivo è creare un'azienda integrata end-to-end, inserita in un ecosistema di business costituito da partner, fornitori e clienti e in grado operare con una struttura a rete gestita in modo dinamico per affrontare nuove opportunità, reagire ai cambiamenti della domanda, aumentare la flessibilità, accelerare l'esecuzione delle operazioni e crescere con profitto.

IBM ha sviluppato competenze approfondite in diversi settori di mercato dalle banche alle telecomunicazioni, dai trasporti all'energia; tali competenze sono integrate con know how specifico sulle diverse aree tecnologiche e applicative, nell'ambito dell'organizzazione dedicata ai servizi e alla consulenza, che rappresenta circa il 55% del fatturato a livello mondiale.

In ogni settore di industria, una delle maggiori sfide è oggi rappresentata dalla necessità di costruire sistemi dotati di maggiore intelligenza, in grado di aiutare ad interpretare e ad analizzare in autonomia enormi moli di dati che consentano di prendere decisioni e rendere più efficienti ed efficaci le diverse azioni. IBM ha creato a livello mondiale la più ampia e completa unità di business esclusivamente dedicata a risolvere problemi complessi nelle realtà industriali, dei servizi e pubbliche alla cui base vi è l'uso di analytics e di ottimizzazione matematica e che include diverse centinaia di professionisti di diverso background culturale e professionale.

La divisione "Business Analytics & Optimization" di IBM consta di oltre 8000 consulenti a livello globale, circa 300 ricercatori focalizzati esclusivamente sugli analytics, 8 centri dedicati allo sviluppo di soluzioni, oltre ad un'offerta completa che, in ambito software, spazia dalle aree della Business Intelligence e dell'Analisi Predittiva, al Financial Performance Management, sino alla Governance, Risk e Compliance.

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".

Microsoft®**Microsoft**www.microsoft.com/italy/



Targit
www.targit.it

TARGIT BI Suite è la tecnologia di Business Intelligence sviluppata a Hjørring - Danimarca - da TARGIT A/S. Definita da IDC come uno dei più interessanti pure player emergenti del settore, inclusa nel Gennaio del 2011 da Gartner tra i player di nicchia del Magic Quadrant in area Business Intelligence, TARGIT vanta ormai una diffusione su scala mondiale con oltre 4.200 aziende clienti e più di 296.000 utenti.

La suite è distribuita attraverso un *canale indiretto* costituito da più di 280 *partner certificati*, di cui 267 rivenditori e 10 distributori, tra i quali *TARGIT Italia*, distributore esclusivo per il mercato italiano e spagnolo.

La missione di TARGIT Italia è costruire una rete di rivenditori qualificati su Targit BI Suite erogando a tale scopo servizi di formazione tecnica sul prodotto e fornendo supporto commerciale e di prevendita.

TARGIT BI Suite è una soluzione innovativa, 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 e certificato a livello aziendale. TARGIT affianca il decisore aziendale nel rispondere efficacemente e tempestivamente ai propri *fabbisogni informativi*, abilitando quel processo di condivisione della conoscenza che consente di migliorare la qualità delle decisioni prese dall'intera organizzazione.

Analisi, Report e Dashboard sono costituiti da oggetti *dinamici e interattivi*: un singolo click su un oggetto conduce l'utente ad un ambiente di analisi correlato che consente di approfondire nel dettaglio l'informazione di partenza. I *Report* creati in pochi click possono essere *distribuiti automaticamente* all'interno dell'organizzazione, per e-mail o attraverso il portale aziendale; le *Dashboard* consentono di rappresentare intuitivamente l'*andamento* di alcuni indicatori di prestazione critici; le *Analisi* sono ambienti strutturati e complessi navigabili intuitivamente, la *Simulazione* consente all'utente di valutare diversi scenari evolutivi, indagando in prospettiva multidimensionale gli effetti derivanti da ipotesi di variazione di alcuni fattori chiave. Per *diffondere e condividere* il patrimonio informativo aziendale, TARGIT mette a disposizione la *Storyboard*: un percorso di analisi navigabile che può essere memorizzato e trasformato in un filmato video, in una slide-show o in un podcast.

TARGIT BI Suite è una soluzione multi-device, anche web, in grado di integrarsi con semplicità a tutte le principali fonti informative aziendali. La nuova release di TARGIT è ricca di novità quali le *funzionalità predittive e di alerting*; la novità più sorprendente tuttavia è l'introduzione del *TARGIT Cloud* che garantisce all'utente maggiore flessibilità nel processo di caricamento, analisi e condivisione dei dati.

La suite 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 Datawarehousing e di Business Intelligence.

"*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.

ABIC è una società di consulenza con sede a Milano, che si rivolge all'impresa con soluzioni concrete ed innovative, in grado di rispondere alle esigenze informative e gestionali dell'azienda.

ABIC ha come obiettivo la partnership di aziende che desiderano condurre progetti di Business Intelligence sulle principali piattaforme Oracle e IBM.

Il nostro focus principale è quello di individuare e realizzare, a fianco delle aziende e del loro management, software che facilitino l'accesso immediato alle informazioni operative, finanziarie e strategiche.

La disponibilità di informazioni corrette e tempestive è, infatti, diventata un fattore determinante per il successo di qualsiasi attività.

La nostra struttura, formata da consulenti con una consolidata esperienza multidisciplinare acquisita nell'ambito di progetti nazionali ed internazionali, garantisce il completo sviluppo di un progetto di consulenza, dalla fase di analisi, a quella di disegno e sviluppo del modello di controllo e di Corporate Performance Management, fino alla sua messa in produzione e la successiva assistenza e formazione del Cliente, sempre con tempestività d'intervento e grande professionalità.

Le competenze funzionali e tecniche e la capacità di gestire progetti complessi consente al nostro gruppo di raggiungere gli obiettivi prefissati in modo efficace.

Tra i nostri clienti vi sono significative realtà nazionali in diversi settori: manifatturiero, grande distribuzione, telecomunicazioni, bancario e servizi.



ABIC

www.abic.biz

Archebit pone al centro del proprio business il valore che l'informazione riveste per i propri clienti.

Per ogni progetto, concretamente,

Solo le informazioni che servono

Solo a chi servono

Solo dove servono

Solo quando servono

Semplicemente

Con il livello di sicurezza adeguato

Archebit è rivenditore e partner certificato Qlikview, la pluripremiata piattaforma di Business Discovery che colma il divario tra le soluzioni di BI tradizionali e le applicazioni di produttività standalone.

Consolidamento. Combina rapidamente i dati provenienti da qualsiasi origine (SAP, Salesforce, Oracle, Microsoft SQL Server, MySQL etc.), formato (Excel, XML o CSV) e datawarehouse;

Ricerca associativa. Utilizza una familiare esperienza di instant search che fornisce risultati istantanei mentre state ancora digitando;

Visualizzazione. In una manciata di secondi i dati possono essere visualizzati nella modalità preferita sotto forma di diagrammi, tabelle, grafici sofisticati di qualsiasi tipo.

Hanno scelto Archebit:

POLTI SPA

IL SOLE24ORE

H3G [Premio QlikView come "Progetto 2010 più innovativo"]

RS COMPONENTS

HOYA LENS

TELECOM ITALIA

DANONE

archebit

Archebit

www.archebit.com



Ardency
www.ardency.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.



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.



NovaRatio
www.novaratio-bi.com

Novaratio è nata nei primi mesi del 2005 da professionisti con esperienza pluriennale in ambito Business Intelligence. Si voleva creare ed affermare una Società di consulenza specializzata nella realizzazione di sistemi di Data Warehouse, Business Intelligence e Corporate Performance Management, orientata alla costante ricerca di soluzioni innovative per supportare le esigenze dei Clienti.

Ed è proprio dalla continua propensione alla conoscenza e all'innovazione, coniugate alla curiosità di esplorare le nuove soluzioni e frontiere della Business Intelligence che si crea negli anni un polo di eccellenza caratterizzato da professionalità dei consulenti, concretezza e qualità degli interventi e punto di riferimento per i Clienti.

Oggi giorno la Business Intelligence oltre ad essere uno strumento strategico per la gestione del business aziendale è sempre più parte integrante ed anima dei processi aziendali. In questo contesto, Novaratio credendo profondamente nel valore che tali strumenti e processi introducono nelle organizzazioni, si propone come *Partner strategico per realizzare soluzioni di supporto decisionale ad elevato valore aggiunto* così da accompagnare il Cliente nel suo percorso di evoluzione verso l'eccellenza e a seguirlo nei processi di cambiamento in un mercato sempre più competitivo.

Novaratio è in grado quindi di offrire servizi di consulenza non solo nell'area della Business Intelligence tradizionale ma anche nelle aree del Business Performance Management (BPM), del Corporate Performance Management (CPM), del Data Mining CRM analitico. Per fare questo, nel rispetto dell'eccellenza e del miglior risultato per il Cliente, Novaratio si propone in modo indipendente dai software vendor avendo a "portafoglio" competenze ed esperienza pluriennale sulle piattaforme e architetture SAP Business Intelligence, ORACLE BI & EPM, Cognos, QlikView ed OpenSource (Pentaho).

Novaratio può contare oggi su competenze e conoscenze consolidate nei settori Pharma&Chemical, Utilities, Transportation, Fashion ed Engineering&Construction per i quali è in grado di offrire proprie soluzioni pre-configurate quali, ad esempio, BIXPHARMA, o soluzioni trasversali come BIXGEOMARKETING per analisi geo-referenziate.

Novaratio opera oggi su tutto il territorio nazionale ed è presente con unità locali a Verona, Milano ed Imola.

Solid Quality Mentors è una società globale, presente sul mercato dal 2002 e formata dai maggiori esperti mondiali sulle tecnologie Microsoft. Specializzata in particolare sulla piattaforma SQL Server, è diventata ben presto una delle società di riferimento per quanto riguarda la realizzazione di soluzioni di Business Intelligence e l'ottimizzazione delle performance di SQL Server. All'attività di consulenza e di realizzazione progettuale affianca anche un'importante attività formativa, con un set di corsi specifici e numerosi libri, scritti da membri del team, e diventati punti di riferimento per sviluppatori e DBA in tutto il mondo.

La filiale Italiana è stata aperta nel 2007 ed in pochi anni ha realizzato importanti soluzioni di Business Intelligence per il mercato Assicurativo, GDO e Cosmetico. Inoltre, si è occupata di progetti di migrazione alle versioni 2005 e 2008 di SQL Server per conto di società di tutte le dimensioni nei più diversificati settori di mercato.

Le competenze tecniche, e le capacità formative del team, hanno fatto sì che molte tra le principali società di sviluppo software, così come numerosissime realtà delle PMI, abbiano scelto di affidarsi a Solid Quality Mentors per accrescere le proprie competenze tecnologiche. Tale risultato è frutto del lavoro svolto sfruttando sia un approccio formativo classico, tramite corsi in aula, sia l'attività di mentoring (train-on-the-job) che consente di ottenere i risultati operativi desiderati, facendo accrescere al contempo le competenze interne.

Solid Quality Mentors Italia è fortemente coinvolta nell'innovazione tecnologica attraverso la collaborazione con Università sia Italiane che estere. Negli ultimi anni ha investito molto nella definizione di una propria metodologia di sviluppo e gestione dei progetti, così da poter rendere facilmente scalabile il team di lavoro e garantire nel tempo l'elevato livello qualitativo che da sempre rappresenta il tratto caratterizzante dei progetti da essa realizzati.



Solid Quality Mentors
www0.solidq.com/it

..... PARTNER



www.osservatori.net



..... SPONSOR

