

UMTS? SÌ, MA, FORSE....

Il servizio di H3G o 3 Italia è già attivo. E gli altri operatori quando entreranno in campo? Come vedono il mercato italiano? Lo abbiamo chiesto direttamente a Tim, Vodafone e Wind.



La nostra tavola rotonda virtuale si apre con **Pietro Porzio Giusto**, Responsabile Sviluppo UMTS di **TIM** (www.tim.it).

Umts: quando pensa di partire TIM?

Con i servizi sviluppati in vista dell'Umts, che sono l'aspetto che interessa di più ai clienti, TIM è già partita dalla fine dell'anno scorso. Tramite la rete Gprs TIM sta infatti anticipando la fornitura di servizi multimediali con foto, giochi Java, filmati Video con contenuti quali il TG1, oppure i filmati tratti dalla teca RAI (grazie ad un accordo con RAI) e i trailer cinematografici dei film in programmazione che a tutti gli effetti sono servizi di terza generazione.

L'avvio commerciale della rete Umts, già allestita in molte aree, avverrà quando si potrà disporre di telefonini idonei sufficientemente affidabili.

Continueremo però a sviluppare i servizi in modo che siano erogabili non solo tramite la rete Umts, ma anche tramite la rete GPRS, che sarà potenziata con l'Edge (Enhanced Data rates for Global Evolution), perché i nostri clienti sono abituati a utilizzare servizi di qualità. La copertura Umts, infatti, si sta estendendo gradualmente e dal prossimo anno TIM affiancherà la tecnologia Edge. Con l'Edge TIM offrirà, primo operatore in Europa, una velocità di trasmissione più che doppia di quella del Gprs. A mio avviso, è sbagliato pensare che la tecnologia Edge ritarderà l'avvento dell'Umts è sbagliato. E' vero, infatti, il contrario. Questo perché, se non ci fosse lo sviluppo delle reti verso la terza generazione, non sarebbe neppure necessario procedere all'upgrading delle attuali reti.

Quali prospettive per il mercato Umts in Italia?

Considerato la costante crescita dell'uso dei nuovi servizi, non c'è dubbio che il mercato dei servizi di terza generazione acquisterà un notevole peso. Per essi la tecnologia Umts è più efficiente e, quando sarà assestata, comporterà costi e investimenti minori dei sistemi della generazione precedente. L'Umts perciò affiancherà, e a poco a poco rimpiazzerà, naturalmente le tecnologie di seconda generazione, così come il Gsm ha rimpiazzato il Tacs. Ma non bisogna aspettarsi che ciò avvenga in un battibaleno. Il Gsm ha impiegato più di cinque anni per raggiungere il Tacs in termini di utenza.



La Tavola rotonda prosegue con **Giovanni Strocchi**, Strategy and Program Management UMTS Director **Vodafone Italia** (www.vodafone.it).

Umts: quando pensa di partire Vodafone?

Noi di Vodafone non pensiamo a un "lancio" dell'Umts, perché preferiamo comunicare i servizi e non la tecnologia che li rende disponibili. A ottobre del 2002 abbiamo lanciato Vodafone Live, il contenitore multimediale di servizi che permette ai nostri clienti di trovare tutto ciò che preferiscono, dalle informazioni, ai giochi, ai servizi di messaggistica. Già' oggi con i nostri telefonini e' possibile inviare Mms e Video Mms, scaricare file musicali, vedere il telegiornale. Con l'arrivo dell'Umts questi servizi saranno fruibili più velocemente e, ovviamente, sarà possibile videotelefonare. Vodafone ha intrapreso il cammino verso l'Umts già' nel 2001, effettuando la prima chiamata voce a novembre, l'accesso dati a pacchetto ad alta velocità (fino a 384 kbps) e *browsing* a giugno 2002, dimostrazione live della videotelefonata a ottobre 2002 in occasione di Smau. Siamo stati i primi a realizzare l'Handover 3g/2g a novembre 2002, elemento tecnico fondamentale per il lancio commerciale dei telefonini di nuova generazione, che consente di muoversi liberamente al di fuori dell'area di copertura 3G, anche durante una conversazione, preservando inalterata la continuità e la qualità della comunicazione. Ad oggi la rete Umts di Vodafone e' pronta e funzionante e siamo in fase di Business Simulation da diversi mesi. A livello di Gruppo si partirà certamente prima di marzo 2004.

Quali prospettive per il mercato Umts in Italia?

La multimedialità sul terminale è il vero cambiamento nel mondo della telefonia mobile. Non esiste un mercato Umts ma un mercato dei nuovi servizi Multimediali in cui l'Umts è un tassello tecnologico importante. Giochi e audiovideo sono già realtà grazie a Vodafone live!, l'offerta per il segmento consumer. In questo contesto l'Umts permetterà, ad esempio, nuovi contenuti video di durata maggiore, o una migliore navigazione in internet; e ovviamente la videotelefonata. Sempre in questo ambito ci attendiamo grande interesse anche per quanto riguarda i nuovi servizi relativi al mondo del calcio.

La tavola rotonda virtuale si conclude con **Wind** (www.wind.it) che ha recentemente siglato con NTT DoCoMo un accordo di licenza per la commercializzazione in esclusiva in Italia del servizio *i-mode*.

Il management del carrier telefonico sostiene che l'Umts di Wind partirà alla fine dell'anno o all'inizio del 2004; in ogni caso, quando sarà possibile offrire ai clienti un servizio adeguato dal punto di vista dell'affidabilità.

L' Umts, come il Gprs, è un fattore abilitante all'offerta di servizi. Ma in casa Wind ritengono che sotto il profilo dell'innovazione, la novità dell'anno nell'industry delle tlc italiane è l'introduzione di i-mode con Wind.

i-mode è l'innovativo servizio nato in Giappone nel 1999 da un'idea di NTT DoCoMo allo scopo di trasferire sui cellulari servizi e contenuti Internet.

L'accordo introduce Wind nell'*i – mode* alliance, il gruppo guidato da NTT DoCoMo e formato da tutti gli operatori che hanno lanciato l'*i-mode*, e che darà la possibilità a chi ne fa parte di commercializzare terminali personalizzati con i propri servizi.

Tramite *i – mode* Wind darà vita a un pacchetto di offerte che consentirà ai propri clienti, oltre all'accesso completo e libero al mondo dei servizi Internet sul telefonino, di disporre di una ampia gamma di terminali innovativi e polifunzionali e di entrare a far parte dell'*i-mode alliance*.

I servizi *i-mode* di Wind prevedono anche un'offerta completa di applicazioni Java, caratterizzate da una elevata qualità offerta al cliente, grazie alla tecnologia DoJa, co – sviluppata da NTT DoCoMo e Sun.

La partnership, iniziata a giugno, ha valenza quinquennale, è rinnovabile con il reciproco accordo delle parti e prevede un'esclusiva di quattro anni per la telefonia di seconda e terza generazione.

In base ai termini dell'accordo, Wind lancerà il servizio *i – mode* sulla propria rete Gprs e Umts, con il supporto del know-how, della tecnologia, dei marchi e dell'assistenza fornite da NTT DoCoMo.

Nei prossimi mesi, Wind e NTT DoCoMo, collaboreranno attivamente per integrare il servizio *i – mode* con gli attuali Servizi a Valore Aggiunto già offerti dall'operatore italiano e con i contenuti del portale Libero (www.libero.it).

Il sistema *i – mode* è inoltre una open – platform che consente l'accesso e la navigazione libera sui principali portali internazionali e rappresenta un sistema avanzato attraverso il quale i content e service provider possono rendere disponibili sui cellulari le loro offerte in modo estremamente semplice e facile da fruire per i clienti.

Questo sistema favorirà l'aggregazione intorno a Wind – così come è successo in Giappone con NTT DoCoMo – di una grande quantità di *content provider*, che potranno sviluppare le proprie applicazioni autonomamente, e poi commercializzarle sull' *i – mode* di Wind, creando i presupposti per la formazione di un nuovo ed innovativo segmento di business.

I primi servizi *i – mode* offerti da Wind saranno disponibili entro la fine del 2003. I clienti di Wind dotati di un terminale *i – mode* potranno quindi navigare in Internet sul portale *i – mode* e sui siti dei content provider ufficiali dell'operatore telefonico, navigare su tutti i siti *i-mode* compatibili e gestire, in maniera integrata, la propria casella di e-mail di Libero.

I servizi verranno successivamente estesi alla tecnologia 3G insieme al set già commercializzato da Wind sul sistema Gprs.

E-GOVERNMENT: ECCO IL DECALOGO

E' fatta. L'Europa ha gettato le basi per una Amministrazione Pubblica digitale. Al summit di Cernobbio, infatti, su proposta del Governo italiano, il Consiglio Informale dell'Eu (allargato anche ai paesi in fase di candidatura e ad alcuni stati dell'Efta) ha approvato un documento politico di quattro pagine che fissa i dieci punti da tradurre in atti concreti nei prossimi anni.

L'artefice del Decalogo è il ministro dell'Innovazione Lucio Stanca che ha presentato il documento evidenziandone il valore politico e strategico.

«E' la prima volta – ha sottolineato Stanca – che l'Europa definisce una strategia comune per la Pubblica amministrazione digitale con l'obiettivo di fornire un miglior servizio ai cittadini».

Da Cernobbio arriva anche un'altra buona notizia: il vicepresidente della Bei ha confermato lo stanziamento di nuovi investimenti in ricerca, formazione e nuove tecnologie: 20 miliardi di euro entro il 2006. Il progetto coinvolge i 15 paesi dell'Ue, Romania, Bulgaria, Turchia e i 10 Stati candidati a entrare.

Per il momento i più soddisfatti sono i fornitori di tecnologia: gli investimenti in e-government contribuiranno a rilanciare il mercato dell'Ict.

Imprese e cittadini stanno iniziando a sperimentare la Pa digitale, ma solo in un prossimo futuro potranno coglierne tutti i benefici.

Il Decalogo

- 1) Riconoscimento del ruolo dell'e-government per l'Information Technology.
- 2) Ruolo chiave dell'e-government per la modernizzazione della PA in Europa e per migliorare la produttività e l'efficienza.
- 3) La competitività europea può essere rafforzata riducendo gli oneri amministrativi e lavorando per la riduzione dei costi.
- 4) Enfatizzato il ruolo dell'e-government per incrementare l'efficienza e la trasparenza nel settore pubblico e nelle istituzioni.
- 5) L'e-government è uno strumento per migliorare la qualità della vita dei cittadini europei.
- 6) Riconosciuto il rilievo dell'Ict per le nuove forme di partecipazione dei cittadini ai processi decisionali.
- 7) L'e-government è un elemento importante per costruire un'amministrazione europea attraverso la cooperazioni tra i diversi livelli di Governo.
- 8) Evidenziate le forme di cooperazione avviate tra i paesi europei ai diversi livelli amministrativi.
- 9) Cooperazione tra la Commissione e i singoli Stati per definire gli standard di servizio e per identificare le priorità su cui investire.
- 10) Fissati i prossimi summit sulla società dell'informazione: a Genova nel dicembre 2003 e in Tunisia nel novembre 2005.

PROTOCOLLO INFORMATICO IN ASP E ALTRI SERVIZI CORRELATI PER LE PA

Il Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie, allo scopo di attuare quanto previsto dagli obiettivi di legislatura contenuti nel piano di e-government e al fine di fornire ulteriori strumenti per l'attuazione della normativa sulla gestione elettronica dei documenti, ha incaricato il Centro Tecnico (<http://protocollo.gov.it>) di realizzare un servizio di Protocollo Informatico e Gestione Documentale per le pubbliche amministrazioni.

Con questo obiettivo il Centro Tecnico ha avviato la procedura di gara per l'affidamento del servizio ad operatori di mercato conferendo alla Consip la funzione di stazione appaltante.

La modalità di gestione della fornitura sarà regolata da un Contratto Quadro stipulato tra il fornitore aggiudicatario e il Centro tecnico della durata di 48 mesi prorogabile per ulteriori 24 mesi.

Tale servizio è rivolto a tutte le Pubbliche Amministrazioni previste dal Decreto legislativo 165/2001 che manifesteranno al Centro Tecnico la loro volontà di aderire attraverso la sottoscrizione di una specifica convenzione.

Le amministrazioni potranno usufruire del servizio emettendo specifici "Ordinativi di fornitura" nell'ambito del Contratto Quadro sottoscritto dal Centro tecnico con il fornitore aggiudicatario.

In relazione alle adesioni delle amministrazioni il Centro Tecnico potrà procedere ad avviare ulteriori selezioni per analoghe forniture al fine di soddisfare la domanda.

Il servizio proposto è fortemente innovativo in quanto, in attuazione delle norme finalizzate alla semplificazione dei procedimenti amministrativi, applica il principio del riuso del software e si avvale per la prima volta di un servizio erogato in modalità Asp (Application service provider).

Tali scelte permettono, da un lato, di rendere disponibile il servizio in tempi rapidi, dall'altro, di limitare i costi a carico delle amministrazioni a quelli relativi all'effettivo utilizzo del servizio (costi a consumo).

Pertanto le amministrazioni che decideranno di aderire potranno concentrarsi sugli aspetti organizzativi e sull'attivazione del servizio alle proprie unità organizzative tralasciando gli aspetti relativi alla realizzazione dell'impianto in quanto erogati dal fornitore.

Il servizio offerto alle amministrazioni si articola in:

- REPRO - Gestione nucleo minimo protocollo
- GeDOC - Gestione documentale
- STORE – Archiviazione ottica dei documenti
- Altri servizi accessori tra cui servizi di supporto, consulenza organizzativa (BPR); formazione.

L'amministrazione aderente potrà usufruire in modo flessibile di qualsiasi servizio tra quelli previsti dalla fornitura con il solo vincolo di aderire al servizio REPRO per un periodo di almeno 24 mesi. I servizi GeDOC, STORE e altri servizi accessori, potranno essere richiesti solo dopo aver aderito al servizio di base REPRO.

Il servizio sarà erogato utilizzando il software di proprietà del Ministero dell'Economia e delle Finanze (MEF) che è stato fornito al Centro Tecnico attraverso la sottoscrizione di uno specifico protocollo d'intesa.

Tale applicazione, denominata SIGeD, realizzata in maniera modulare, contiene le funzionalità per la registrazione del protocollo informatico (modulo REPRO) e quelle relative alla gestione documentale (modulo GeDOC).

QUALE FUTURO PER IL CRM?

Negli ultimi 18 mesi gli investimenti in Crm hanno subito un drastico ridimensionamento: quali sono le aspettative e quali le soluzioni?. Se ne è parlato al Workshop di apertura della quarta edizione del Customer Management Forum (www.customermanagementforum.it) che si è tenuto lo scorso giugno a Milano.

Il Customer Management Forum è un progetto di ricerca, innovazione e comunicazione sui temi del Customer Care e del Crm in Italia, promosso da Irso-Butera e Partners (www.irso-bep.it).

La quarta edizione 2003-2004, "Crm – migliorare le performance e la relazione con il cliente", promossa in collaborazione con Vodafone Omnitel, Inps, Poste Italiane, Intouch – Gruppo Europ Assistance, Delos – Gruppo Getronics, ha l'obiettivo di consolidare la Comunità professionale del Crm in Italia attraverso la diffusione e lo scambio di esperienze sui temi del Customer Relationship Management e delle implicazioni strategiche, organizzative, tecnologiche e gestionali del Customer Care nel contesto italiano. Tra le attività principali troviamo i viaggi studio all'estero per visitare realtà di best practice internazionali e la quarta analisi di benchmarking su strategie di Crm e sui trend nel Customer Care in Italia.

"Make it simple": ecco il nuovo paradigma del Crm

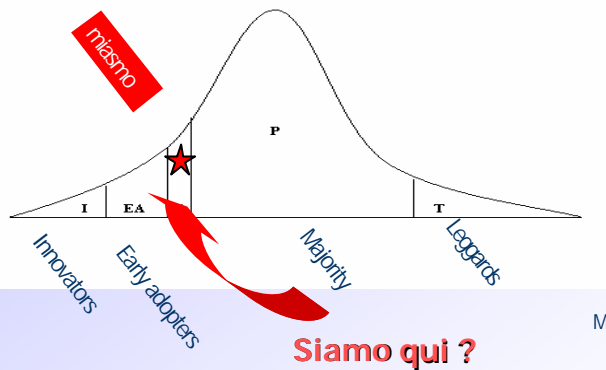
Il Paradigma è stato proposto al workshop da Thomas Schael, Responsabile Customer Management Forum – Irso-Butera e Partners; proponiamo una sintesi del suo interessante intervento.

Lo stato dell'economia e l'incertezza degli eventi a livello globale hanno colpito tutti gli ambiti aziendali determinando tagli negli investimenti e una maggiore attenzione agli indicatori economico-finanziari. Con queste parole ha iniziato l'intervento al workshop I manager credono meno negli investimenti e tendono ad adottare una politica di contenimento dei costi. Le aziende, in generale, acquistano solo quando ne hanno bisogno, piuttosto che acquistare ciò di cui hanno bisogno. Ciò nonostante, il budget riservato agli investimenti in Crm non è stato così duramente colpito come altri investimenti in IT. Se è innegabile che i "mega progetti" abbiano subito un ridimensionamento, i budget in Crm continuano comunque ad avere una certa consistenza e il Crm è ancora tra le priorità del 2003.

L'interesse in genere sull'argomento resta alto, basti pensare che su Internet l'acronimo Crm è tra i termini più ricercati.

Lo stato dell'arte degli investimenti in Crm è descrivibile attraverso il modello che G.A. Moore nel suo libro "Crossing the Chasm" utilizza per descrivere il ciclo di vita delle innovazioni tecnologiche. Secondo questo approccio, dopo una prima fase di investimenti "a qualunque prezzo" che solo i big player sono stati in grado di affrontare, ci troveremo adesso di fronte ad un periodo di "rallentamento fisiologico" negli investimenti in Crm che anticipa l'adozione di questa strategia di business da parte della maggioranza.

Un rallentamento fisiologico?



Moore, G. A. Crossing the Chasm



"Strategie di CRM nelle imprese private e pubbliche" Milano, 26 giugno 2003

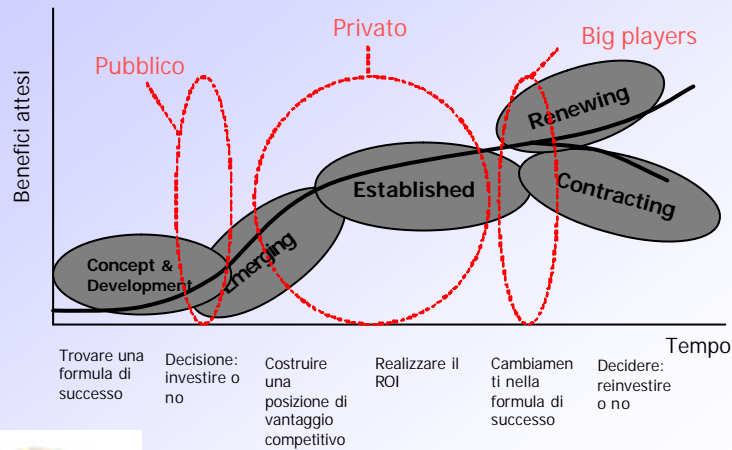
IRSO

In un periodo in cui gli investimenti in CRM sono valutati in base ad indicatori economico-finanziari a breve termine, le aziende investono sempre di più su quello che "funziona adesso" e i cui risultati sono misurabili nell'immediato.

Ma è necessario adottare anche una strategia e una visione a lungo termine. Occorre valutare infatti come le azioni con benefici a breve termine impattino sui risultati nel lungo periodo e sugli obiettivi più strategici. Una riduzione dei costi, quindi, può essere una tattica di breve periodo, ma non rappresenta mai una strategia di lungo termine. Infatti, un'azienda che si focalizzi esclusivamente sul contenimento dei costi non è destinata sempre al successo.

Analizzando il ciclo di vita delle strategie di CRM ad oggi, si può affermare che solo i big players sono arrivati al bivio in cui decidere se reinvestire in CRM o meno. La gran parte delle aziende si trova in una situazione di stallo, dovuta spesso alla difficoltà di valutare il ROI (return on investment) di investimenti passati. Per non parlare di chi, come la Pubblica Amministrazione, si trova ancora in una fase esordiente.

Il ciclo di vita delle strategie di CRM



Strategie di CRM nelle imprese private e pubbliche Milano, 26 giugno 2003



Quali sono dunque i nuovi paradigmi per fare Crm oggi? E' necessaria innanzitutto la semplicità "make it simple". La tendenza europea improntata sulla complessità ci porta a voler offrire tutto al cliente. Ma spesso i risultati ottenuti non sono quelli sperati: con la quantità di soluzioni, prodotti, servizi, che si offrono al cliente e la burocratizzazione dei processi, si rischia di compromettere la relazione "bloccando" il cliente che, laddove ne abbia la possibilità, rinuncerà a fare business con noi perché "it's too complex to make business with you". Pensate, ad esempio, alla Pubblica Amministrazione invischiata in una costellazione complicatissima di norme burocratiche.

È quindi fondamentale per l'azienda adottare un approccio "total customer experience" in grado di generare un'impressione positiva da parte del cliente sulla base delle esperienze maturate nelle sue relazioni con persone, prodotti, servizi e soluzioni.

Il Customer Relationship Management è una strategia di business orientata alla selezione e gestione dei clienti per generare Valore nel tempo. Per questo richiede una visione che ponga il cliente al centro dell'azienda e una cultura di servizio in grado di supportare efficacemente marketing, vendita e post vendita. Il CRM rappresenta in primis un mix di persone e processi, una strategia manageriale in cui la tecnologia è solo un fattore abilitante.

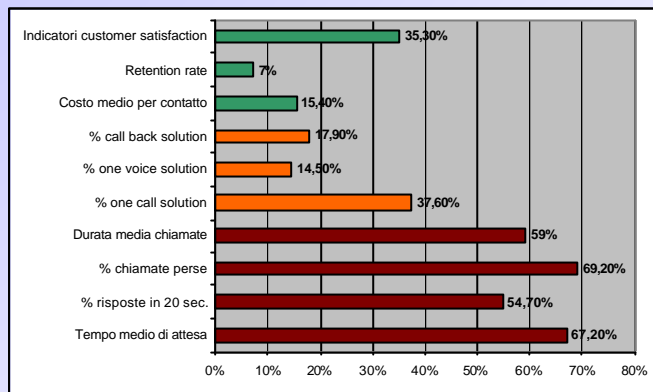
Secondo i dati della ricerca di Benchmarking del Customer Management Forum, più del 50% del successo di un progetto CRM dipende dalle risorse umane. Perciò è necessario sviluppare il capitale umano offrendo alle persone percorsi di carriera e di crescita personale e professionale chiari e precisi. I dipendenti infatti dovrebbero essere i primi "clienti interni" dei processi gestionali e rappresentare un asset fondamentale da ascoltare, salvaguardare e sviluppare. La crescita e lo sviluppo delle persone del front end è un nodo cruciale nella generazione di valore nella relazione con il cliente.

Uno strumento di misurazione e controllo del CRM consiste nel definire una metrica o degli strumenti in grado di monitorare il successo delle iniziative, per operare e

reindirizzare gli investimenti nel modo voluto. I nuovi indicatori potranno essere il "customer loyalty index" e il "customer at risk index":

3. Misurazione e controllo del CRM

Definire una metrica di CRM in grado di monitorare il successo delle iniziative e di reindirizzare gli investimenti.



Nuovi indicatori :

- Customer Loyalty Index
- Customer at Risk Index

Indicatori relazionali
 Indicatori di efficacia
 Indicatori di efficienza



Strategie di CRM nelle imprese private e pubbliche Milano, 26 giugno 2003



Tra le principali leve di successo sarà inoltre sempre più presente la nostra capacità di gestire le conoscenze generate dalla relazione con il cliente: per questo più dei due terzi dei progetti di CRM incorporeranno strumenti e applicazioni avanzate di KM (Knowledge Management) entro il 2005 (Gartner).

Sarà fondamentale introdurre e rendere operativi meccanismi gestionali di CKM (Customer Knowledge Management) per la gestione delle chiamate inbound; adottare strumenti di "opportunity capturing" per proporre servizi/contenuti targetizzati al chiamante; applicare le riflessioni di business intelligence a supporto del processo di analisi e segmentazione della clientela.

E-LEARNING, ANCORA IN CRESCITA

Cresce in maniera costante il valore del mercato e-learning, le previsioni indicano un 2003 che farà registrare forti aumenti in termini di fatturati e un 2004 che vedrà stabilizzarsi la crescita intorno al 130% sul totale fatturato dell'anno precedente. E' quanto emerge dall'Osservatorio E-learning di Anee (www.anee.it) recentemente presentato a Milano.

L'Osservatorio E-learning 2003 di Anee, con il patrocinio del Ministro dell'Innovazione e delle Tecnologie, è realizzato con la collaborazione di alcune tra le principali aziende Italiane operanti nell'ambito della formazione stanziale e a distanza e di alcune tra le Università caratterizzate dalla maggiore propensione all'innovazione: Microsoft, Banca Intesa, Sfera, Telecom Italia Learning Services, Isvor Fiat, E-Ducation, Università Statale di Milano – CTU, Politecnico Milano, LUISS G. Carli, Fondazione Methis.

Obiettivo dell'Osservatorio Anee, confluita lo scorso giugno in Assinform (www.assinform.it), è fornire uno scenario aggiornato del contesto competitivo del settore in termini di caratteristiche dell'offerta, della domanda e delle tendenze in atto della formazione on line in Italia, con un approfondimento sul mondo dell'Università, sia come fornitore che utilizzatore di contenuti, e della Pubblica Amministrazione centrale e locale. Nell'analizzare il settore dell'e-learning è necessario innanzitutto definire cosa si intende oggi per e-learning. Questa è la definizione proposta da Anee:

“ L'e-learning è una metodologia di insegnamento e apprendimento che coinvolge sia il prodotto sia il processo formativo. Per prodotto formativo si intende ogni tipologia di materiale o contenuto messo a disposizione in formato digitale attraverso supporti informatici o di rete.

Per processo formativo si intende invece la gestione dell'intero iter didattico che coinvolge gli aspetti di erogazione, fruizione, interazione, valutazione. In questa dimensione il vero valore aggiunto dell'e-learning emerge nei servizi di assistenza e tutorship, nelle modalità di interazione sincrona e asincrona, di condivisione e collaborazione a livello di community. Peculiarità dell'e-learning è l'alta flessibilità garantita al discente dalla reperibilità sempre e ovunque dei contenuti formativi, che gli permette l'autogestione e l'autodeterminazione del proprio apprendimento; resta tuttavia di primaria importanza la scansione del processo formativo, secondo un'agenda che responsabilizzi formando e formatore al fine del raggiungimento degli obiettivi didattici prefissati. ”

Il mercato

In termini di valori assoluti alla fine del 2003 il valore del mercato supererà i 250 milioni di euro, una proiezione più cauta rispetto al valore indicato nella precedente edizione dell'Osservatorio (oltre i 300 milioni di eur), causata dai seguenti fattori: a un forte aumento del numero di aziende dell'offerta non è coincisa una crescita organica e strutturata della domanda, soprattutto all'interno del comparto delle Pmi. In questo contesto di forte competitività si assiste ad un fenomeno di uscita di molte aziende dal mercato, in special modo le aziende del segmento “small” focalizzate solo su un anello della catena del valore.

I segmenti strategici

L'analisi prospettica sugli anelli che compongono la catena del valore evidenzia come i contenuti rappresentino l'elemento trainante del mercato, facendo registrare i valori più alti di crescita, con una impennata importante nel 2004.

Il valore degli altri segmenti registrerà una crescita stabile ma consistente nei prossimi anni e nel 2004 il segmento “consulenza” supererà come valore il segmento “tecnologia”. Nel corso di quest'anno stiamo assistendo ad una crescita sostanziale dell'incidenza del segmento “consulenza” sul valore del mercato. I contenuti scenderanno di qualche punto percentuale sul totale, ma faranno registrare un aumento del 127,3% del valore globale, passando da 45,1 milioni di euro a oltre 102 milioni di euro.

Nel 2004 i contenuti cresceranno in maniera evidente come peso sul totale, in coincidenza

di un decremento evidente dei segmenti "servizi" e soprattutto "tecnologia". Continuerà anche nel 2004 la crescita della "consulenza".

L'offerta

L'analisi condotta sul campione dell'Osservatorio evidenzia che, allo stato attuale non esiste una marcata concentrazione dell'offerta fra alcune tipologie di operatori, almeno dal punto di vista squisitamente quantitativo. Le prime due classi raggruppano, infatti, il 55% degli operatori complessivi, valore di rilievo ma non altissimo.

La presenza più significativa è risultata essere quella delle società di formazione, che coprono il 33% del numero complessivo di operatori tracciati. Questo dato è coerente con la logica attiguità esistente tra i mondi della formazione tradizionale e quella "web based" e che pone le società di formazione quali naturali attori di rilievo nel fenomeno.

La seconda classe di operatori, per numerosità, è quella delle società dell'Ict con un valore del 22 per cento.

Le aspettative di Anee sono che per tutto il 2003 continueranno ad entrare nuovi operatori mentre nel 2004 assisteremo ad una forte contrazione di nuovi entranti anche a causa dell'innalzamento di alcune barriere all'ingresso di fatto, quali gli standard tecnologici e di processo garanti della qualità del percorso formativo e base portante della carta dei servizi che gli operatori saranno chiamati a rilasciare nei confronti dei discenti.

Nell'Osservatorio precedente la Consulenza era integrata nel segmento "Servizi". d'azione denominato "E-Europe 2005" presentato a Siviglia lo scorso giugno su: e-government, e-health, e-business e appunto e-learning.

Da un punto di vista normativo un passo importante è stato rappresentato dalla Direttiva Frattini sulla formazione delle Pubbliche Amministrazioni e ora dal più recente decreto Moratti- Stanca che stabilisce i criteri didattici e tecnologici per ottenere l'accreditamento delle lauree a

distanza. A partire dal maggio del 2002 si è poi costituito il Comitato che avrà il compito di delineare le linee guida attorno alle quali si svilupperà la tanto attesa Direttiva sull'E-learning per la PA.

A livello tecnologico il futuro della formazione a distanza è strettamente connesso all'avvento della banda larga e ai primi test di mobile-learning.

Le infrastrutture tecnologiche ad alta velocità saranno in grado di agevolare sempre più il trasferimento di contenuti e informazioni. Si calcola, infatti, che la percentuale di aziende con una connessione a banda larga passeranno in due anni dal 15 al 45%. Sarà però fondamentale dotarsi di uno standard di comunicazione comune in grado di far dialogare tra loro i diversi sistemi di e-learning.

In conclusione l'Osservatorio Anee rileva che più che una rivoluzione tecnologica, si sta realizzando una rivoluzione sociale che cambierà il nostro modo di apprendere e di lavorare con inevitabili ripercussioni sulla struttura stessa dell'organizzazione del lavoro. Come tutti i cambiamenti culturali questo percorso non sarà facile né indolore e richiederà tempi lunghi per essere metabolizzato ed entrare a far parte delle nostre abitudini di vita ma, stando ai risultati dell'Osservatorio, sicuramente la strada è stata intrapresa e il volo dello sviluppo ormai è decollato ad alta velocità.

MASTER UNIVERSITARIO SULL'E-PROCUREMENT

Il Ministero dell'Economia e delle Finanze (MEF) e la Consip hanno indetto una procedura di selezione per l'assegnazione del Premio "MEF-Consip. Master in e-procurement". Il premio è riservato a tre Università o Raggruppamenti temporanei di Università aventi sede nella medesima Regione, che abbiano già istituito o intendano istituire un Master universitario sulle tematiche dell'approvvigionamento pubblico e dell'e-procurement.

Alle Università vincitrici, il MEF e la Consip, offriranno un supporto didattico (consistente in moduli di formazione on line attinenti ai propri sistemi di e-procurement e seminari tenuti da propri esperti); borse di studio che ciascun ateneo vincitore riserverà agli studenti dei propri master; stage presso la struttura Consip dedicata al Programma di razionalizzazione della spesa per beni e servizi della PA, al fine di assicurare agli studenti anche una specifica formazione sul campo.

«La volontà della Consip e del MEF – spiega Ferruccio Ferranti, amministratore delegato di Consip - è quella di condividere con il mondo universitario le esperienze professionali maturate organizzando e gestendo iniziative volte al controllo e alla razionalizzazione della spesa per gli acquisti pubblici. Questa iniziativa è un passaggio naturale della missione Consip, nel suo impegno esclusivo a fianco della Pubblica Amministrazione. Supportare il mondo universitario nel processo di formazione di professionisti dell'e-procurement, significa garantire, in prospettiva futura, risorse umane in grado di offrire consulenza e gestire processi di fondamentale importanza nel quadro della spesa pubblica».

Nell'assegnazione del Premio "MEF-Consip. Master in e-procurement" verrà dato maggior peso ai Master che agevolano la partecipazione di studenti lavoratori, ciò allo scopo di favorire l'interrelazione tra formazione universitaria e mondo del lavoro.

Il premio, che avrà la durata di tre anni, sarà assegnato entro il 20 dicembre 2003. Le Università interessate potranno inviare le proprie proposte di partecipazione entro il 24 ottobre 2003.

Il bando di gara è pubblicato per estratto sulla Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana (n.135 Serie generale del 13 giugno 2003) ed è disponibile sui siti

www.consip.it e www.acquistinretepa.it

POSTA ELETTRONICA? INDISPENSABILE, MA STRESSANTE

Rimanere senza posta elettronica genera stress. E' quanto emerge da una ricerca relativa all'utilizzo dell' e-mail, svolta da Dynamic Markets. per conto di Veritas Software (www.veritas.com/it) fornitore di soluzioni software per lo storage.

Il campione intervistato comprende 850 IT Manager incaricati dell'archiviazione e sicurezza dei sistemi di posta elettronica all'interno di aziende con più di 500 dipendenti nei seguenti Paesi e aree geografiche: USA (100), Gran Bretagna (100), Francia (100), Germania (100), Italia (50), Spagna (50), Svezia (50), Svizzera (50), Austria (50), Polonia (50), Medio Oriente (50), Benelux (50) e Sud Africa (50).

La dipendenza da posta elettronica significa che i livelli di stress aumentano rapidamente quando questa è fuori uso: dalle risposte degli intervistati risulta infatti che al verificarsi di un blocco del sistema un quinto degli utenti diventa irascibile immediatamente, un terzo nell'arco di 5 minuti e un altro terzo in 30 minuti, fino a giungere a un totale dell'82% degli utenti "adirati" entro una sola ora.

Inevitabile, quindi, che gli IT Manager avvertano un po' di pressione, tanto che oltre il 76% del campione dichiara a rischio il proprio posto in caso di indisponibilità del sistema: in particolare, il 18% si sentirebbe in pericolo dopo un downtime di sole 24 ore, mentre il 37% si concede un'intera settimana.

Un dato interessante è che il 76% degli IT Manager a cui è capitato di riavviare un sistema di posta andato fuori uso inavvertitamente ritiene che tale operazione sia abbastanza veloce, mentre un allarmante 39% dichiara di non sapere quanto tempo possa richiedere il ripristino.

Il 34% del campione considera una settimana senza e-mail più traumatica di un piccolo incidente d'auto, di un trasloco, di un matrimonio o di altre situazioni mediamente stressanti.

Più della metà delle aziende considerate rileva che virus, mailstorm o spam hanno causato la caduta del sistema di posta, sebbene l'84% sia dotato di software di rilevazione.

Dati critici a rischio, poco backup per i mobile worker

La ricerca dimostra che i mobile worker, piuttosto di rischiare di perdere dati strategici, lasciano l'azienda che non mette a loro disposizione un processo di archiviazione sicura. Nel 43% delle aziende gli IT Manager non sono responsabili dei dati relativi ai mobile worker, sebbene da una ricerca IDC risulti che entro il 2005 i mobile worker in Europa saranno più di 20 milioni (contro i 6,2 milioni del 2000).

I tre quarti delle aziende ammettono di usare la posta elettronica per funzioni business-critical e un terzo addirittura per accordi contrattuali con impiegati, fornitori e clienti. È evidente quindi l'esigenza di proteggere opportunamente queste informazioni. Eppure più di un quinto delle aziende (11%) non mette a disposizione di quanti si servono di PC portatili funzioni di backup, mentre nel 32% dei casi gli IT Manger confidano che gli utenti gestiscano di propria iniziativa queste procedure.

Il 99% delle aziende archivia, in un modo o nell'altro, le proprie e-mail, e il 92% dichiara di poterle recuperare in caso di caduta di sistema. Solo un quinto (18%) è però in grado di recuperare le e-mail dell'anno precedente, il 30% può risalire a quelle del mese prima e l'11% risale a mala pena ad una settimana prima.

La maggioranza (73%) effettua il backup ogni 24 ore, tipicamente di notte. I server delle e-mail sono generalmente ben protetti: circa il 90% delle aziende lo include nei processi di backup automatici. Invece, un 12% di aziende lascia agli utenti la responsabilità dell'archiviazione e della protezione delle mail e dei documenti allegati che vengono salvati su file condivisi in rete. Nel 32% dei casi la posta salvata su hard disk non è automaticamente protetta, e il 30% delle cartelle e-mail personali vengono escluse dal backup.

I mobile worker sono sicuramente nella situazione peggiore. Il 5% degli IT Manager non sa se gli utenti di laptop sono dotati di un sistema di backup completo, e in totale meno della metà di quanti salvano e-mail e documenti sul proprio PC portatile oppure su folder personale possono contare su un processo di archiviazione automatica.

Implicazioni legali nell'utilizzo dell'e-mail

Una inadeguatezza del regolamento relativo all'uso dell'e-mail espone le aziende a conflitti legali con dipendenti, fornitori e clienti.

Il 65% delle aziende dichiara di avere implementato una policy sull'uso della posta elettronica, ma la ricerca rileva che spesso si tratta di prassi superficiali e che mancano infrastrutture minime per garantire la protezione dei messaggi archiviati. Quando l'utilizzo dei sistemi di posta elettronica è regolamentato da direttive precise, l'uso effettivo delle e-mail eccede in tutti i casi quello consentito: per esempio, la posta elettronica è utilizzata per accordi contrattuali con fornitori dal 40% delle aziende intervistate (ma solo il 33% lo consente realmente), con i clienti (42% contro 36%) e per comunicazioni relative alle risorse umane, incluse lettere di licenziamento (26% contro 20%) e di richiamo (18% contro 13%).

Nonostante la regolamentazione della posta elettronica aziendale ormai presente in molte aziende, i due terzi degli IT Manager non hanno competenze approfondite in merito oppure non credono che le e-mail abbiano valore legale. Inoltre, poco meno della metà (46%) afferma che avrebbe difficoltà a rintracciare un'email particolare all'interno del sistema.

Emerge, infine, che c'è una grande confusione anche a livello governativo in merito alla regolamentazione della posta elettronica. Alcuni Paesi dell'Emea e gli Stati Uniti ne hanno riconosciuto l'importanza strategica e hanno integrato opportunamente il proprio codice giuridico, fornendo indicazioni precise in merito a quanto una e-mail archiviata debba essere conservata. Nonostante ciò gli IT Manager non hanno chiare le leggi: il 51% pensa che i governi non abbiano emanato alcuna normativa in merito, il 34% dichiara di non essere sicuro.

E in Italia...

Nel 30% degli utenti italiani di aziende medio-grandi la dipendenza da posta elettronica provoca ira dopo un solo minuto di blocco, che sale al 64% nel caso in cui il sistema sia fermo per più di un'ora. Tra gli utenti più irascibili sono indicati lo staff IT (30%) e il top management (19%).

La metà degli IT Manager intervistati ritiene in pericolo il proprio posto di lavoro in caso di blocco imprevisto del sistema. In caso di downtime non programmato, solo il 16% è in grado di ripristinarlo in meno di un'ora, mentre il 52% non sa di quanto tempo avrebbe bisogno.

Un dato rilevante emerso dalla ricerca è che il 54% degli IT Manager dichiara che il proprio sistema di posta elettronica è a rischio, non essendo dotato di software anti-virus.

Il 98% del campione intervistato ha dichiarato di fare il backup delle e-mail e dei relativi allegati, tuttavia nessuno ha detto di essere in grado di recuperare e-mail risalenti a più di un anno prima, neanche quelle con implicazioni legali.

Oltre la metà delle aziende intervistate utilizza la posta elettronica per accordi contrattuali con fornitori e clienti, mentre il 4% ne fa uso anche in controversie legali..

Il regolamento aziendale, se previsto, è decisamente ignorato: la ricerca, infatti, mostra che solo il 36% di aziende permette l'uso della posta elettronica per accordi con fornitori, ma in realtà il 50% di esse ne fa uso. Altre situazioni sono relative alla definizione di accordi contrattuali con i clienti (44% le aziende che li consentono, 64% quelle che vi ricorrono effettivamente), a lettere di richiamo ai dipendenti (2% contro

14%), licenziamento (4% contro 12%) e comunicazioni di riduzione di personale (12% contro 28%).

Sebbene l'e-mail venga utilizzata di frequente per informazioni di valore legale, il 12% degli IT Manager intervistati dichiara di non essere in grado di recuperare una specifica e-mail, il 40% di poterlo fare con difficoltà e il 16% di non essere sicuri sulle possibilità di riuscirci.

STAROFFICE GRATIS NELLE SCUOLE ITALIANE

Lo scorso giugno il Ministro dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (www.istruzione.it), Letizia Moratti, e Scott McNealy, CEO di Sun Microsystems (www.sun.it), hanno stato siglato il protocollo d'intesa per la distribuzione e la duplicazione gratuita della suite di produttività individuale StarOffice 6.0 per il mondo della scuola.

In particolare, la convenzione prevede la distribuzione di licenze StarOffice, per finalità didattiche, di ricerca e di gestione, a tutte le scuole italiane pubbliche e private parificate di ogni ordine e grado – oltre 10.700 istituti – affinché questa venga resa disponibile agli studenti, al corpo docente e al personale impiegato.

Grazie a questa importante iniziativa, otto milioni di studenti italiani avranno la possibilità di utilizzare il package completo di StarOffice 6.0.

Sun Microsystems, inventore del linguaggio Java – la lingua franca di Internet – nasce proprio dal mondo universitario. "SUN – Stanford University Network", per questo motivo continua a dedicare una grande attenzione agli Enti di Formazione e Ricerca, mettendo a disposizione il proprio know how e le proprie tecnologie.

Iniziative simili a quella formalizzata oggi con il MIUR sono già state intraprese con successo in Nord e Sud America, in Asia e in Europa, dove sono stati siglati accordi analoghi con i ministeri preposti di Danimarca, Finlandia, Spagna e Svizzera.

Complessivamente, a livello mondiale, per questa iniziativa Sun Microsystems ha investito oltre sei miliardi di dollari, coinvolgendo circa 100 tra Ministeri dell'Educazione, scuole e istituti, e più di 250 milioni di studenti in oltre 14 nazioni.

L'accordo siglato è in linea con le conclusioni e le raccomandazioni recentemente pubblicate dalla Commissione Open Source, istituita dal Ministro Stanca. StarOffice 6.0, la suite di produttività per ufficio di Sun Microsystems, è disponibile per ambienti operativi Linux, Microsoft Windows e Solaris e garantisce per questo un'ampia libertà di scelta; inoltre, grazie al formato standard XML, StarOffice permette di scambiare documenti con qualsiasi tipo di ambiente.

Per quanto riguarda più in generale la collaborazione tra Sun Microsystems Italia e il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, va ricordato l'accordo dello scorso gennaio per la formazione gratuita sulla tecnologia Java, iniziativa che ha trovato il consenso di oltre 2000 tra insegnanti e studenti delle scuole medie superiori italiane pubbliche e parificate.