

## Unified Communication & Collaboration: l'avvenire della comunicazione a valore aggiunto. La visione di Italtel

*Per le aziende italiane comunicare risparmiando va bene ma collaborare è un po' più difficile. Le aziende in Italia utilizzano ormai abbastanza diffusamente molte tecnologie integrate di comunicazione; tuttavia per quanto riguarda le collaboration technologies siamo ancora all'inizio a causa dei vincoli relativi soprattutto agli aspetti organizzativi e culturali delle aziende.*

31/01/11 - Le prospettive del mercato basato sulle tecnologie integrate di comunicazione e collaborazione on line (Unified Communication & Collaboration, UC&C) sono quindi ancora del tutto aperte. In estrema sintesi sono questi i principali risultati delle interviste concesse da alcuni dei principali protagonisti del mercato che partecipano all' "Osservatorio UC&C" di ANFoV, l'associazione per la convergenza dei servizi di comunicazione a cui aderiscono aziende leader come Accenture, Colt, Fastweb, Italtel, Telecom Italia, Wind.

Tutte le maggiori società di telecomunicazione, in Italia come nei paesi più avanzati, hanno compreso che il loro futuro nel mercato strategico delle aziende si gioca proprio sull'offerta non solo di servizi di connettività di base ma anche e soprattutto sulla fornitura di servizi a valore aggiunto per la comunicazione integrata e la collaborazione on line. Ma il successo di mercato non è immediato né scontato, anche a causa della relativa arretratezza – salvo i casi di eccellenza – dal lato della domanda. Le tecnologie UC&C, sono infatti abbastanza consolidate e mature relativamente ai principali mezzi di “comunicazione unificata” - grazie per esempio ai centralini su base IP (con protocollo Internet) per telefoni e pc, grazie all'e-mail integrata con il voice mail e il fax, grazie ai sistemi di chat e instant messaging, alle teleconferenze e ai sistemi di videopresenza, ai sistemi di comunicazione voce-dati-video, all'integrazione delle comunicazioni fisso-mobile - ma sono ancora in fase di introduzione per la parte relativa agli strumenti di collaborazione – basate su tecnologie e software di workgroup, di project management, di application sharing, wiki e social networking, ecc -. Il social networking per esempio è già ampiamente collaudato nel mercato consumer ed è ormai disponibile per le aziende: tuttavia non sono molte le imprese già in grado di sintonizzare i loro processi e le loro organizzazioni sulle tecnologie di coordinamento e di cooperazione. La maggior parte delle aziende grandi e medie sta abbracciando le comunicazioni integrate per risparmiare sui costi e rendere più flessibili le comunicazioni, e per aumentare la produttività del lavoro. Ma sviluppare la collaborazione all'interno e all'esterno dell'impresa con i partner strategici richiede uno sforzo ulteriore da parte delle imprese, soprattutto di carattere organizzativo e culturale.

I maggiori fornitori italiani di tecnologie di comunicazione giocano le loro offerte su un mercato che, secondo Daniela Rao, TLC Research Director di IDC Italia e vice presidente ANFoV, è pari a circa 160 milioni di euro. Il mercato dell'UC&C cresce bene per quanto riguarda la parte relativa ai sistemi di comunicazione integrata ma aumenta addirittura con tassi di crescita di due cifre per la parte relativa alla collaborazione, che però è ancora in fase di introduzione. Le opportunità sono notevoli e il mercato è in espansione ma sono presenti anche alcune difficoltà. L'adozione delle tecnologie di collaborazione e di coordinamento da parte delle aziende richiede, infatti, di incentivare la comunicazione orizzontale e quindi di ripensare i processi e l'organizzazione aziendale. In ultima analisi è quasi sempre necessario l'impegno diretto del top management. Ma

non tutte le imprese sono così lungimiranti e molte, soprattutto quelle di dimensioni minori al riparo dalla competizione globale, non sembrano ancora pronte a simili cambiamenti. Sul mercato nazionale dell'UC&C pesa inoltre il fattore tutto italiano costituito dalla grande prevalenza delle microimprese.

Claudio Chiarenza, General Manager e Chief Strategy Officer ITALTEL, membro del consiglio di direzione e del comitato strategico dell'ANFoV, spiega i vantaggi che le aziende italiane possono trovare nell'applicazione delle tecnologie UC&C.

Perché le tecnologie UC&C sono importanti secondo lei? In quale contesto si collocano? L'economia industriale vive una fase di intensa trasformazione: la competizione è globale e l'innovazione sempre più accelerata. L'attività lavorativa non è più prevalentemente asincrona ma soprattutto sincrona, avviene in tempi strettamente correlati anche se quasi sempre in luoghi diversi, in paesi differenti, lontani magari migliaia di chilometri. La comunicazione acquista un significato strategico. I processi non vengono più svolti prevalentemente secondo sequenze rigide ma si svolgono in parallelo per accorciare i tempi e arrivare prima sul mercato. Inoltre molte aziende di successo non competono solo in un specifico settore ma cercano di estendere le loro competenze in business correlati, anche grazie all'acquisizione di aziende eccellenti di nicchia. Un esempio di questa tendenza sono le società di telecomunicazioni che prima fornivano i servizi di fonia, poi di voce e dati, e oggi anche la televisione, entrando spesso direttamente nel campo dei media. Un altro esempio è Cisco che, per ampliare la gamma di offerta, procede sia per linee interne che grazie all'acquisizione di decine di aziende magari piccole e di nicchia ma di eccellenza nei settori più innovativi e di avanguardia. Le incorporazioni e le fusioni sono all'ordine del giorno. In questo contesto molto dinamico e ipercompetitivo le tecnologie UC&C giocano un ruolo strategico sia per migliorare la produttività e l'efficienza che sul piano del business. La comunicazione unificata genera notevoli ritorni in termini di produttività, e gli strumenti di collaborazione, che consentono per esempio di condividere i documenti, le attività e i progetti, sono indispensabili sia per procedere più rapidamente nell'innovazione che per coordinare i player delle cosiddette "aziende estese", cioè i fornitori, i clienti, i partner tecnologici. Oggi i lavoratori della conoscenza, i "knowledge worker" sono sempre più specializzati, e nello stesso tempo devono però svolgere più lavori contemporaneamente, grazie al pc, a Internet, allo smartphone, alle e-mail, all'Instant Messaging e nel prossimo futuro grazie all'iPad e ai tablet pc. I knowledge worker possono collaborare efficacemente solo se ricorrono a tecnologie UC&C sempre più avanzate, semplici e integrate.

Come si comportano le aziende italiane di fronte alle tecnologie UC&C?

In generale le aziende multinazionali sono all'avanguardia mentre le microaziende sono più interessate all'efficienza e al risparmio dei costi che alla collaborazione e all'innovazione.

Le aziende sono pronte a utilizzare queste tecnologie e a capirne i vantaggi? In quanto tempo si ammortizzano gli investimenti in tecnologie UC&C?

I tempi di recupero degli investimenti sono dell'ordine di circa 15 mesi. Nelle situazioni più semplici il pay back è di circa un anno, in quelle più complesse di 18 mesi. L'investimento si ripaga grazie ai notevoli risparmi operativi e ad un'introduzione della soluzione graduale e modulabile in base alle esigenze del Cliente. Secondo Stefano Pileri, amministratore delegato dell'Italtel, il risparmio complessivo potenziale per il sistema Italia derivato dall'adozione delle tecnologie UC&C è valutabile in circa due miliardi di euro, considerando anche i vantaggi indotti sul sistema dei trasporti e sul traffico. Infatti in generale più comunicazione significa anche risparmio sul trasporto di persone e merci. Noi, come system integrator di tecnologie (prevalentemente Cisco, nostro azionista, ma anche in ambiente multivendor), abbiamo contribuito a realizzare, in collaborazione con BT Italy, la rete di comunicazione globale dell'Eni, e la rete del Gruppo IntesaSanPaolo in collaborazione con Telecom Italia. E abbiamo potuto verificare in prima persona che i vantaggi dell'UC&C sono numerosi. In generale la nostra attività si svolge in stretta collaborazione con i service provider come Telecom Italia, Fastweb e Wind. Sono loro i principali

veicoli di queste tecnologie nel mercato aziendale. Ma non tutte le imprese sono in grado di capire i vantaggi sostanziali di queste tecnologie. Anche gli interlocutori all'interno delle aziende sono diversi: parliamo con l'IT manager, con il chief technology officer per introdurre o sviluppare sistemi unificati di comunicazione, spesso integrati con i sistemi informatici e le applicazioni aziendali, siano essi basati su Microsoft o SAP o su altri fornitori. Invece per introdurre con successo gli strumenti di collaborazione occorre l'impegno diretto del top management. In questo caso infatti si tocca il sistema nervoso delle aziende, è necessario snellire i processi e ottimizzare le organizzazioni. L'impatto è forte e può essere guidato con successo solo grazie all'impegno dei massimi responsabili aziendali.

**TESTO PUBBLICATO DA:**

**Elisabeth Schmid**

di Youris.com - Ufficio Comunicazione ANFoV

---

Notizia stampata da **GiornaleInformatico.it**. Per l'indice delle notizie aggiornate collegati a [www.giornaleinformatico.it](http://www.giornaleinformatico.it)

