



Social e mobile sono i settori su cui puntano i Cio. Notevole interesse anche per Saas, BPM e Big Data

di **Monica Giambersio**

Da sempre settore rilevante nel contesto dell'economia italiana, anche grazie al ricco patrimonio artistico presente nel nostro Paese, il turismo non è immune dagli effetti di una crisi che sta mettendo in ginocchio i consumi delle famiglie italiane. Secondo la nota "Italia Turismo", infatti, redatta a luglio 2012 dalla Federazione Italiana Pubblici Esercizi (FIPE) in collaborazione con Confcommercio, emerge come la quota di coloro che decidono di andare in vacanza registri un calo costante. In particolare a diminuire sono sia i soggiorni brevi sia la cosiddetta "monovacanza", che comunque diventa più corta rispetto agli anni precedenti.

A confermare il trend negativo del settore anche i dati Istat che mostrano come nel corso del 2011 i viaggi con pernottamento effettuati in Italia o all'estero dai residenti siano stati 83 milioni e 504 mila, per un totale di 532 milioni e 448 mila notti trascorse fuori casa. Rispetto al 2010 a calare è stato sia il numero di viaggi con una percentuale del 16,5% sia il numero dei pernottamenti (15,1%). Una flessione, dunque, rilevante e allargata in maniera indistinta a tutte i vari comparti del settore. Se, infatti, i viaggi di svago calano del 17%, fenomeno legato alla diminuzione delle vacanze brevi, già riscontrato nel 2009 e nel 2010, anche soggiorni lunghi e viaggi di lavoro hanno subito una riduzione rispettivamente del 14, 9% e 13,1%. Per quanto riguarda le modalità di prenotazione nel 2011 si tende a bypassare l'intermediazione delle agenzie turistiche e a utilizzare internet con una percentuale del 39,2%.

A livello di business, stando al rapporto **Assinform** 2012, gli operatori del settore hanno individuato tre aree di priorità: le relazioni con il cliente, volte a favo-

rire una maggiore fidelizzazione; la razionalizzazione dei costi di gestione, la creazione di nuovi prodotti e servizi improntati all'utilizzo di web e mobile. A questi obiettivi vanno poi aggiunti quelli legati all'espansione commerciale, sia in termini di aumento del giro d'affari, sia in termini di aumento della quota di mercato, e la revisione dei processi di business.

Se si va nello specifico degli investimenti It in ambito turismo si nota come questo comparto sia sempre più compenetrato con la strategia aziendale. Grande attenzione è riservata alle tematiche mobile e social, nonché all'ottimizzazione della gestione grazie alla tecnologia Cloud. Meno prioritario è considerato dagli It manager l'ambito relativo alla business intelligence, indicato come determinante solo da un terzo delle aziende prese in esame da **Assinform** per l'anno 2011 e 2012. A giustificare questa tendenza il fatto che l'attenzione ai dati con finalità business, intesa come capacità di proporre nuovi servizi ai clienti, è stata da tempo introdotta sul mercato perdendo l'appeal legato alla novità. Tuttavia il quadro del settore non è completamente negativo. Nel 2011, infatti, come riporta l'analista, la spesa in telecomunicazioni ha evidenziato una progressione dell'1,7% rispetto al 2010. In particolare si è riscontrata una decisa crescita della spesa legata alla connettività sia per quanto riguarda l'hospitality sia per il traffico Wi-fi in alberghi, stazioni e aeroporti. A livello mobile è risultata forte la crescita degli investimenti in servizi a valore aggiunto come soluzioni per il controllo di biglietti e abbonamenti a



bordo. Ad essere utilizzati sono sempre più smartphone e tablet, strumenti che consentono di registrare ordini e di comunicare in tempo reale con i sistemi aziendali, trasmettendo informazioni sull'allocazione delle merci e lo stato delle spedizioni in modo da avere un quadro delle movimentazioni utili per la gestione interna o da rendere disponibili per l'utente finale.

In linea anche i risultati di Assintel. Secondo quanto riportato dall'analista la spesa It nel settore turismo, pari al 10% del valore complessivo della spesa It generata in Italia per prodotti e servizi, per l'anno 2012 arriva a 1980 milioni di euro, con un tasso di variazione annuo del -4,5% rispetto al 2011, anno in cui gli investimenti it erano ammontati a 2074 milioni di euro registrando un aumento del 2,4% rispetto al 2010.

A catturare l'interesse dei responsabili dei sistemi informativi sono soprattutto gli ambiti dell'Information Security, cui vanno aggiunti i processi di Customer service e di e-Commerce. Per quanto riguarda, invece, l'intenzione di investimento l'attenzione è rivolta al settore Human Resource & Workforce Management.

In sostanza a prendere quota sono tutti quei processi che riguardano il miglioramento dell'efficienza, delle performance e della sicurezza, nonché quelli inerenti la gestione delle risorse umane. Per quanto riguarda il miglioramento delle posizioni di mercato un ruolo determinante è rivestito dalle soluzioni di Business Intelligence, soprattutto in ambito web. Queste tecnologie hanno come principale vantaggio quello di identificare schemi di comportamento significativi e correlazioni tra variabili all'interno di un complesso insieme di dati in modo da prevedere eventi futuri e valutare le opportunità derivanti da diverse linee di azione.

Tra le priorità dei Cio vi sono poi tutte le iniziative legate al Marketing, Logistica e gestione del punto vendita. In particolare in questi settori stanno pren-

dendo sempre più piede progetti legati all'ambito social network e mobile.

Interesse più contenuto è suscitato dai processi di backoffice, di condivisione di servizi, di service management, governance dei processi It, Sourcing & Demand Plan, automazione, telecontrollo, M2M, manutenzione e gestione degli impianti, settori sempre più controllati dai sistemi informativi delle aziende.

Altro elemento rilevante presente nel report di Assintel è il confronto tra l'It tradizionale e quella emergente. Per quanto riguarda il primo ambito ad alto potenziale secondo i Cio sono il settore virtualizzazione, pianificazione della domanda, sviluppo applicativo, vendita, marketing e supporto clienti, document management, backoffice, legacy, modernization, finanza, amministrazione e controllo. In particolare l'obiettivo è quello di razionalizzare le infrastrutture attraverso processi di virtualizzazione dei sistemi e di migliorare l'efficienza organizzativa attraverso l'adozione di soluzioni di gestione dei documenti, del workflow, della fatturazione elettronica passando per numerosi processi operativi tradizionali. In questo modo si punta a creare una sempre maggiore competitività per le aziende che si esplica non solo nelle politiche di prezzo, ma soprattutto nel valore aggiunto dei servizi. Meno interesse, invece, è suscitato dalle soluzioni di gestione delle risorse umane e dal business process outsourcing.

Per quanto riguarda l'It emergente, invece, le priorità di investimento degli It manager si concentrano su Mobile e wireless, e-Business e Web Content Management. A seguire si trovano le tecnologie e le soluzioni per l'Automazione e il controllo, i Sistemi informativi geografici e di geomarketing e la componente di Cloud Computing relativa a IaaS & PaaS.

Su queste scelte influisce anche la sempre maggiore propensione del consumatore a contattare le aziende per ricevere informazioni e aggiornamenti su prodotti e servizi. Questa tendenza si sta diffondendo sempre più anche nello spazio B2B dove i clienti iniziano a pilotare il ciclo d'acquisto e sfruttano i contenuti di marketing a loro favore. È, infatti, in corso una "consumerizzazione" anche in ambito B2B che ha portato a un aumento degli investimenti di marketing in modo da creare una ricca offerta di contenuti e una serie di strumenti interattivi appropriati. Anche in questo caso, come nel B2C i social network costituiscono un trend rilevante per i Cio che li considerano un settore ad alto potenziale. Notevole interesse suscitano anche SaaS, BPM, tecnologie e soluzioni a basso impatto ambientale e Big Data insieme a Information Security Management e Business Analytics.