

13/06/2016

Tecnologie e cultura: i temi dell'evoluzione digitale secondo cinque top CIO

Alessandra Zamarra

Cinque membri dell'élite dell'innovazione Ict applicata in azienda riflettono sui principali aspetti della trasformazione digitale e culturale in corso. Dal palcoscenico dei Digital360 Awards, opinioni e punti di vista sulle tendenze disruptive oggi.

Internet of things, mobile business, smart working, Big data analytics e la creazione di una coinvolgente relazione con i clienti sono solo alcuni dei temi affrontati durante la giornata di presentazione dei progetti partecipanti alla prima edizione dei **Digital360 Awards**, iniziativa organizzata da **Digital360** per incentivare la diffusione della cultura digitale in Italia. Nell'attesa di conoscere le soluzioni vincitrici, secondo il parere di una giuria composta di 50 CIO delle principali imprese e pubbliche amministrazioni italiane, ZeroUno ha discusso con cinque componenti del parterre giudicante altrettante tendenze Ict che stanno caratterizzando il nostro tempo dal punto di vista delle trasformazioni sociali e delle ripercussioni sul business.



Aldo Chiaradia, CIO di Furla

“L'IoT rappresenta un fenomeno dirompente per l'intera società e gli stimolanti progetti che partecipano ai Digital360 Awards in questo ambito ne sono testimonianza - ha commentato **Aldo Chiaradia**, CIO di **Furla** -. L'asticella si alza e rende necessario guardare al futuro con attenzione e curiosità, perché i benefici offerti all'innovazione di prodotto sono innegabili e si sviluppano in due diversi outcome: le informazioni come possibilità di creare una maggiore intimità con il cliente e lo sviluppo di migliori e più mirati servizi. Allo stesso tempo, però, alla tecnologia bisogna affiancare altrettanta ricerca e passione, ma anche metodologie e una normativa specifica”.

Un'opportunità per arricchire il legame tra aziende e clienti è rappresentata anche dal CRM che **Paolo Ciceri**, CIO di **La Rinascente**, identifica come “l'insieme degli elementi che caratterizzano un indirizzo customer oriented, in cui risulta fondamentale individuare costantemente cosa il cliente vuole e quali sono i canali tramite cui preferisce essere contattato. Per i CIO, l'innovazione in questo ambito è rappresentata soprattutto dall'ampiezza del canale di comunicazione con il più ampio bacino di clienti possibile, in modo da consentire di integrare eventi e comunicazione, raggiungendo così la nuova frontiera dello storytelling”. Sicuramente una strada da percorrere con entusiasmo che, però, pone sotto ai riflettori la gestione corretta delle informazioni che derivano da queste relazioni.



Paolo Ciceri, CIO di La Rinascente



Debora Guma, CIO di Carrefour

E proprio il tema della crescita esponenziale dei dati è stato oggetto di riflessione da parte di **Debora Guma**, CIO di **Carrefour**. “Nell'ambito della Big data analytics, tecnologie e opportunità crescono costantemente ma sussiste la complessità di trasformare questi dati in reale vantaggio competitivo. I Big data stanno sempre più rappresentando il substrato fondamentale di applicazioni che espletano processi di business e, per arricchire le aziende dal punto di vista della conoscenza dei clienti, servono competenze e capacità organizzativa. Il ruolo del CIO in questo percorso diventa quindi quello di promotore dell'innovazione, in una fase in cui il change management risulta essere fondamentale”.

Fenomeno disruptive permane anche quello del mobile, che oltre ad avere un ruolo determinante in ambito business accompagna l'uomo nella vita di tutti i giorni. “E' la prima volta nella storia che una tecnologia risulta essere così pervasiva, consentendoci di uscire dagli schemi a cui i canoni della società ci hanno abituati - ha considerato **Massimo Rosso**, CIO di **Rai** - e questo comporta che la consapevolezza nei confronti di sicurezza e privacy debba mutare, andando ben oltre l'orientamento considerato fino a ora, sconfinando in una trasformazione culturale vera e propria”.

E di trasformazione culturale ha parlato infine anche **Giuseppe Pontin**, CIO di **Nestlé**, nel valutare il nuovo approccio al lavoro dettato dallo smart working, in cui l'attività si lega a doppio nodo a obiettivi di qualità. “Si tratta di un tema sociale che considera criteri di flessibilità sia nell'impostazione dello spazio fisico che nelle modalità tecniche, di organizzazione e di relazione con le altre persone, andando ad abbracciare anche la responsabilità sociale d'impresa. In questa direzione, le tecnologie informatiche rappresentano un importante alleato per creare un costante e profondo dialogo tra le varie Line of business”.



Massimo Rosso, CIO di Rai



Giuseppe Pontin, CIO di Nestlé

Copyright 2016 © Next Editore S.r.l. Tutti i diritti sono riservati – P.IVA 05410440969