

La rivoluzione digitale: Una grande opportunità

Stefano Nocentini

Maggio 2014

1

✓ *ASPETTI GENERALI DELLA RIVOLUZIONE DIGITALE*

2

✓ *COSA E' IL CLOUD*

3

✓ *POSSIBILI SERVIZI AGGIUNTIVI PER IL CLOUD DI FIEG*

4

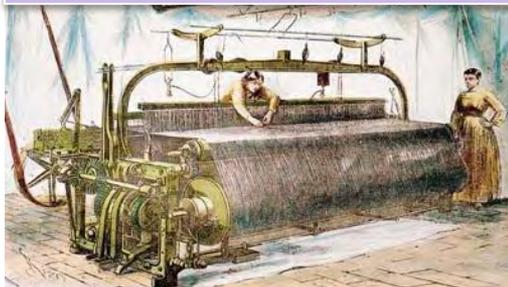
✓ *LE MINACCE PER FIEG DA I PLAYER CHE SONO GIA' IN CLOUD*

5

✓ *CONCLUSIONI E DIBATTITO*

Parallelo tra rivoluzione industriale e rivoluzione digitale

Rivoluzione industriale



Rivoluzione digitale



cosa

Trasformazione di materie prime in prodotti

Trasformazione di dati in servizi

da

La cultura artigiana

La cultura burocratica

fase 1

Automazione di processo

Informatizzazione di processo

fase 2

Nuovo processo

Nuovo processo

chi vince

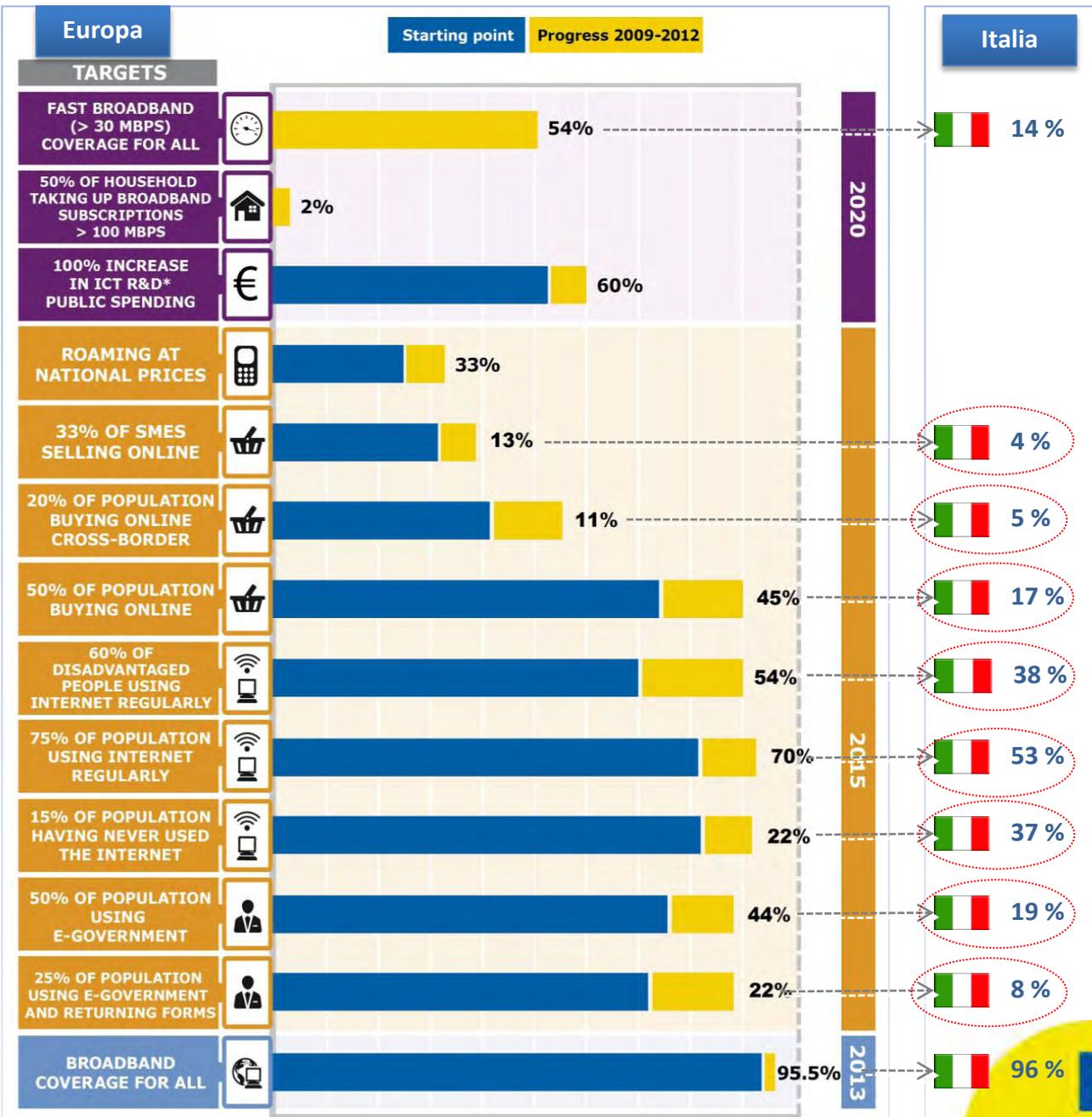
Chi ha il know how

Chi ha il know how

ruolo Stato

Abilitatore

Abilitatore



➤ L'Italia mostra ritardi su molti indicatori chiave su cui l'Europa misurerà gli stati Membri

Fonte <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/scoreboard>, 2013

➤ Inoltre, lo sviluppo dell'economia online dell'Italia, misurata attraverso l'indice e-Intensity sviluppato da Boston Consulting Group (infrastrutturazione, attività online, spesa online) risulta molto basso sia in valore assoluto che in relazione al PIL

Fonte <https://www.bcgperspectives.com>

1

✓ *ASPETTI GENERALI DELLA RIVOLUZIONE DIGITALE*

2

✓ *COSA E' IL CLOUD*

3

✓ *POSSIBILI SERVIZI AGGIUNTIVI PER IL CLOUD DI FIEG*

4

✓ *LE MINACCE PER FIEG DA I PLAYER CHE SONO GIA' IN CLOUD*

5

✓ *CONCLUSIONI E DIBATTITO*



Cloud Computing è un **nuovo modo** di erogare servizi informatici.

Il Cloud Computing permette all'azienda di continuare a usufruire delle applicazioni come ha

sempre fatto **liberandosi dalle problematiche, dai costi di mantenimento e dagli investimenti** in infrastruttura ed applicazioni IT.

Il Cloud Computing consente la condivisione dei dati in tempo reale, generando nuove opportunità di erogazione dei servizi

- **Fruibilità**

Ottimizza il potenziale di sfruttamento delle risorse

- **Flessibilità**

Definisce le risorse necessarie in maniera flessibile e modulare nel tempo

- **Accessibilità**

Utilizza le applicazioni su ampio network accessibile da diversi utenti

- **A richiesta**

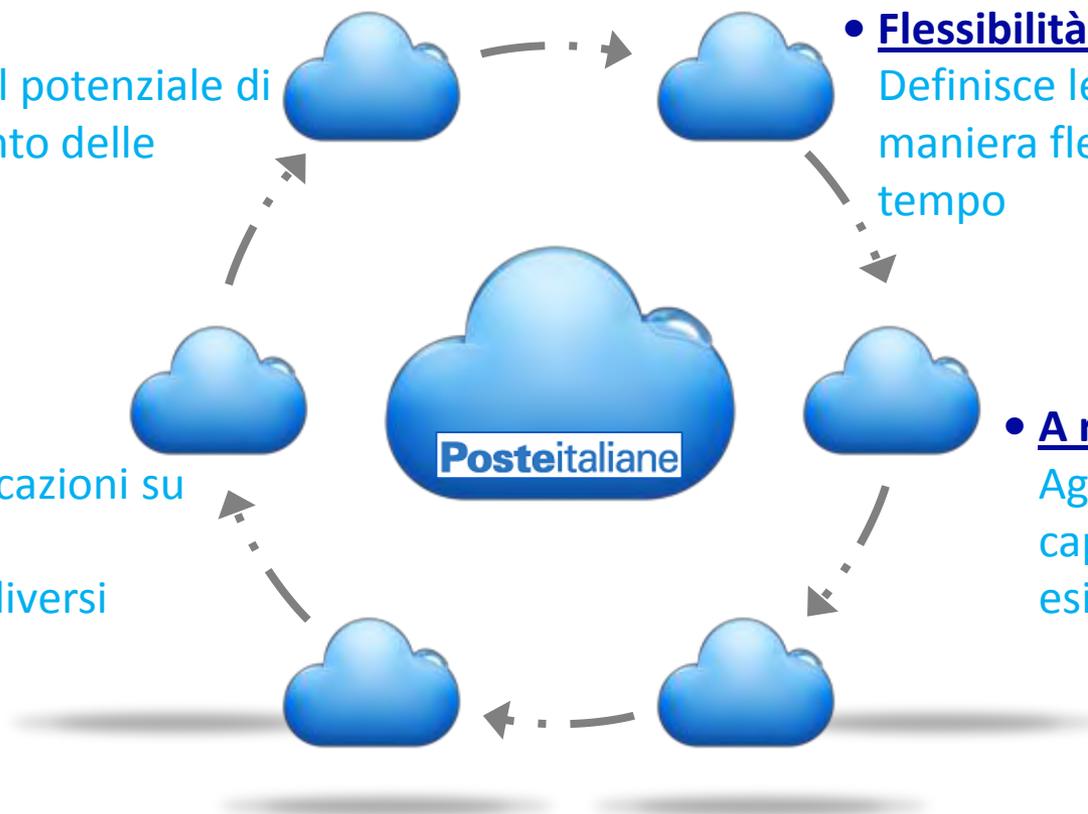
Aggiunge e rimuove capacità in base alle esigenze

- **Condivisione Risorse**

Alloca un'applicazione su server diversi in base alla capacità

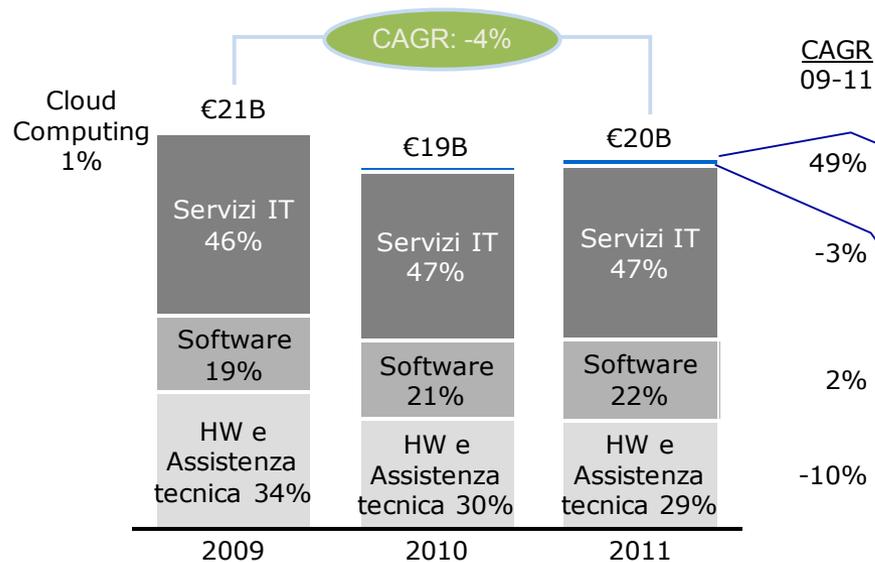
- **Misurabilità**

Misura i consumi dei singoli utenti



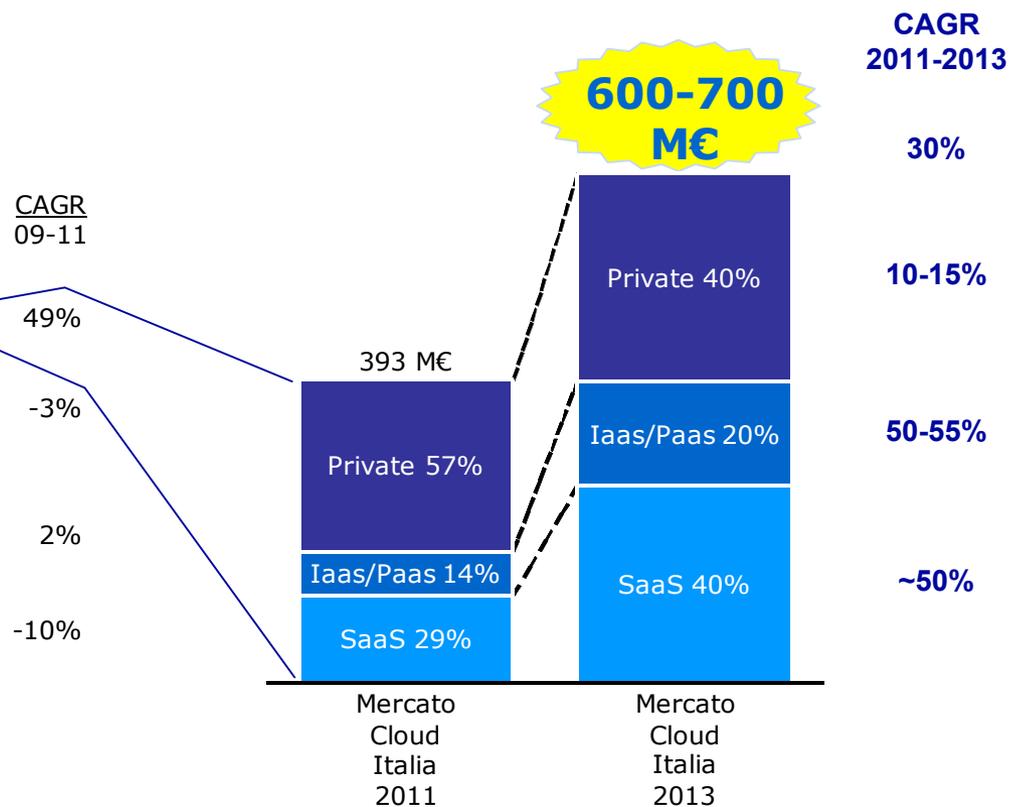
Quanto vale il Cloud in Italia?

Mercato ICT Italia 2009-2011



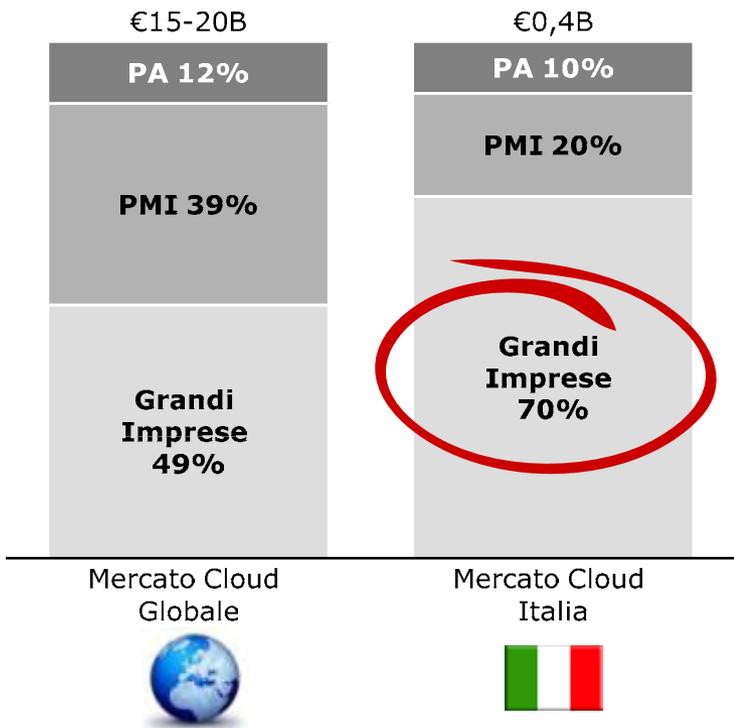
| | | | |
|--------------------|-------|-------|-------|
| Cloud (€M) | €177M | €280M | €393M |
| Cloud (% costi IT) | 0,8% | 1,5% | 2,0% |

Stime mercato Cloud nel 2013 per segmento di business



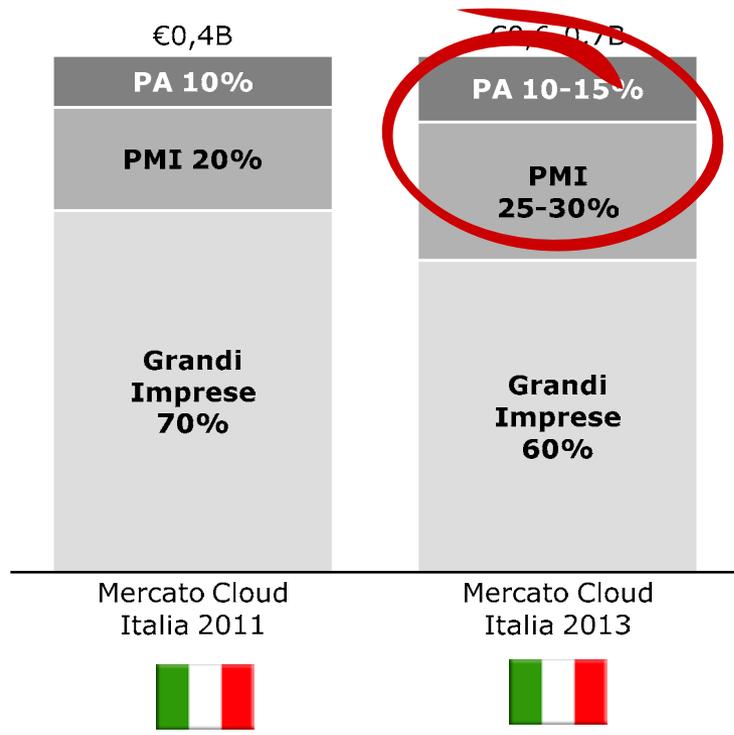
Chi sono i potenziali acquirenti di offerte Cloud?

Mercato Cloud 2011 per Segmento di Clientela



Oggi un mercato in **prevalenza** di **Grandi Imprese...**

Evoluzione Mercato Cloud Italia 2011-2013 per Segmento di Clientela



... domani sempre **più spostato** verso le **PMI** e le **PA**

Fonte: Assintel, 2011



Posteitaliane



Comparazione TCO Cloud e soluzione in-house

| Use Case: 1 server | Hosting B | | | Server @Home | | | Server @Home (HA) | | |
|----------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-------------------|----------------|----------------|
| | Anno 1 | Anno 2 | Anno 3 | Anno 1 | Anno 2 | Anno 3 | Anno 1 | Anno 2 | Anno 3 |
| Costo Hardware | | | | € 2.749 | € 0 | € 0 | € 5.498 | € 0 | € 0 |
| Licenza OS | | | | € 900 | € 0 | € 0 | € 900 | € 0 | € 0 |
| Energia Elettrica | € 1.595 | € 1.404 | € 1.404 | € 380 | € 0 | € 0 | € 7.000 | € 0 | € 0 |
| Impianto di Raffreddamento | | | | € 435 | € 0 | € 0 | € 869 | € 0 | € 869 |
| Manutenzione | | | | € 550 | € 550 | € 550 | € 550 | € 0 | € 550 |
| Totale | € 1.595 | € 1.404 | € 1.404 | € 5.013 | € 1.364 | € 1.364 | € 8.577 | € 2.179 | € 2.179 |
| Totale (3 anni) | € 4.403 | | | € 7.742 | | | € 12.935 | | |

Comparazione TCO Storage in Cloud/soluzione dedicata

| Use Case: dimensione Storage 50 TB | Data Space | | | Soluzione dedicata | | |
|--|---------------|---------------|---------------|--------------------|--------------|--------------|
| | Anno 1 | Anno 2 | Anno 3 | Anno 1 | Anno 2 | Anno 3 |
| Costo Hardware | | | | 65.134,00 | - | - |
| Energia elettrica | | | | 2.257,00 | 0 | 2.257,00 |
| Spazio | 14.081 | 19.772 | 28.403 | 864,00 | 0 | 792,00 |
| Manutenzione | | | | 6.700,00 | 0 | 6.700,00 |
| TOTALE | 14.081 | 19.772 | 28.403 | 74.955 | 9.821 | 9.821 |
| TOTALE (3 anni) | 62.256 | | | 94.597 | | |

1

✓ ASPETTI GENERALI DELLA RIVOLUZIONE DIGITALE

2

✓ COSA E' IL CLOUD

3

✓ POSSIBILI SERVIZI AGGIUNTIVI PER IL CLOUD DI FIEG

4

✓ LE MINACCE PER FIEG DA I PLAYER CHE SONO GIA' IN CLOUD

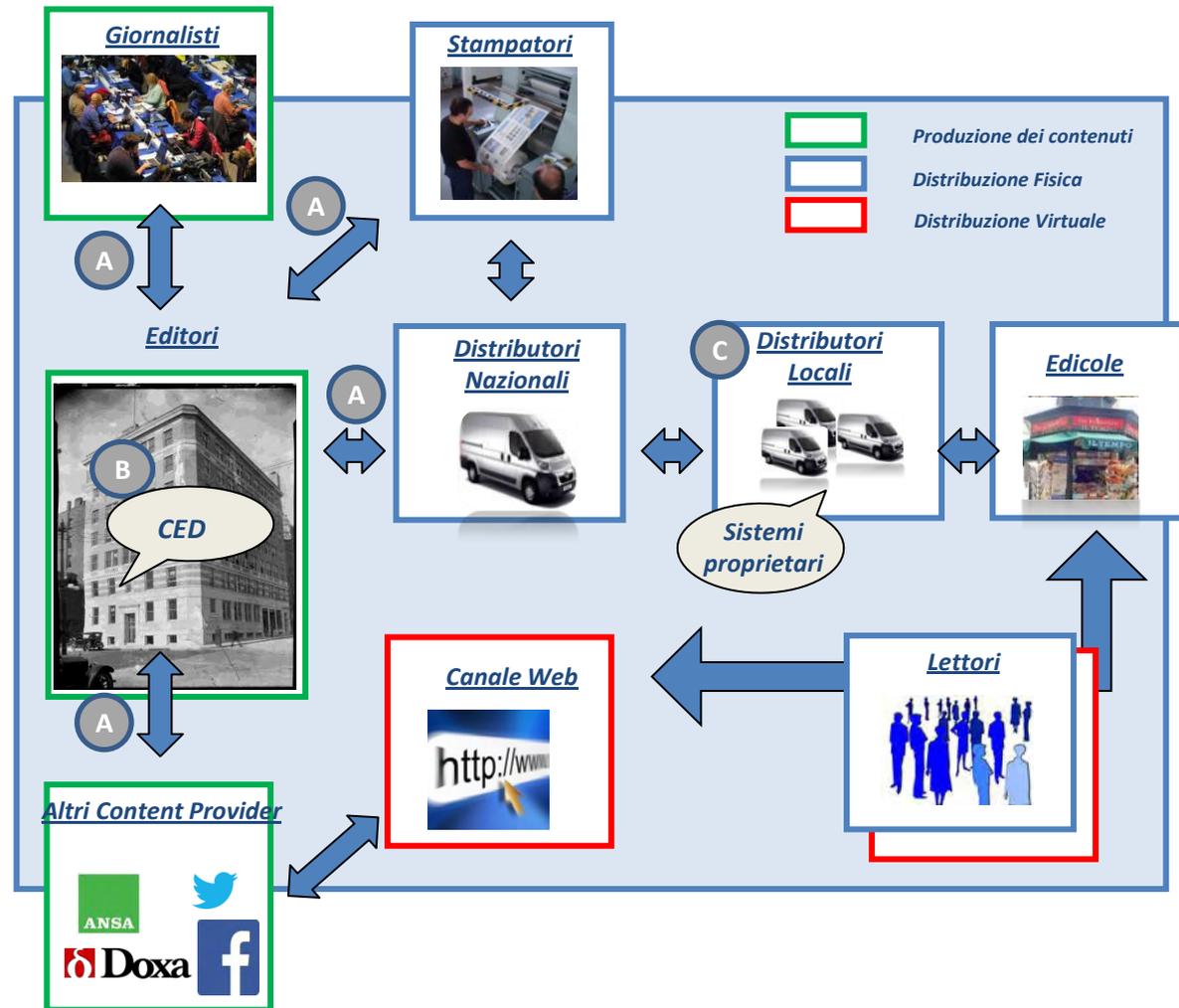
5

✓ CONCLUSIONI E DIBATTITO

Caratteristiche Principali

- A** Gli editori dialogano in logica “one to one” con i vari attori di filiera
- B** I dati vengono scambiati con modalità e tempistiche tra loro differenti, e il loro “incrocio” avviene su server e storage degli editori senza una vera condivisione tra gli attori.
- C** Sul canale fisico le attività di CRM e Previsione della Domanda sono svolte dai Distributori Locali, dotati in alcuni casi di propri sistemi (INFORIV), in altri di metodologie e procedure manuali di registrazione ed elaborazione dei dati.

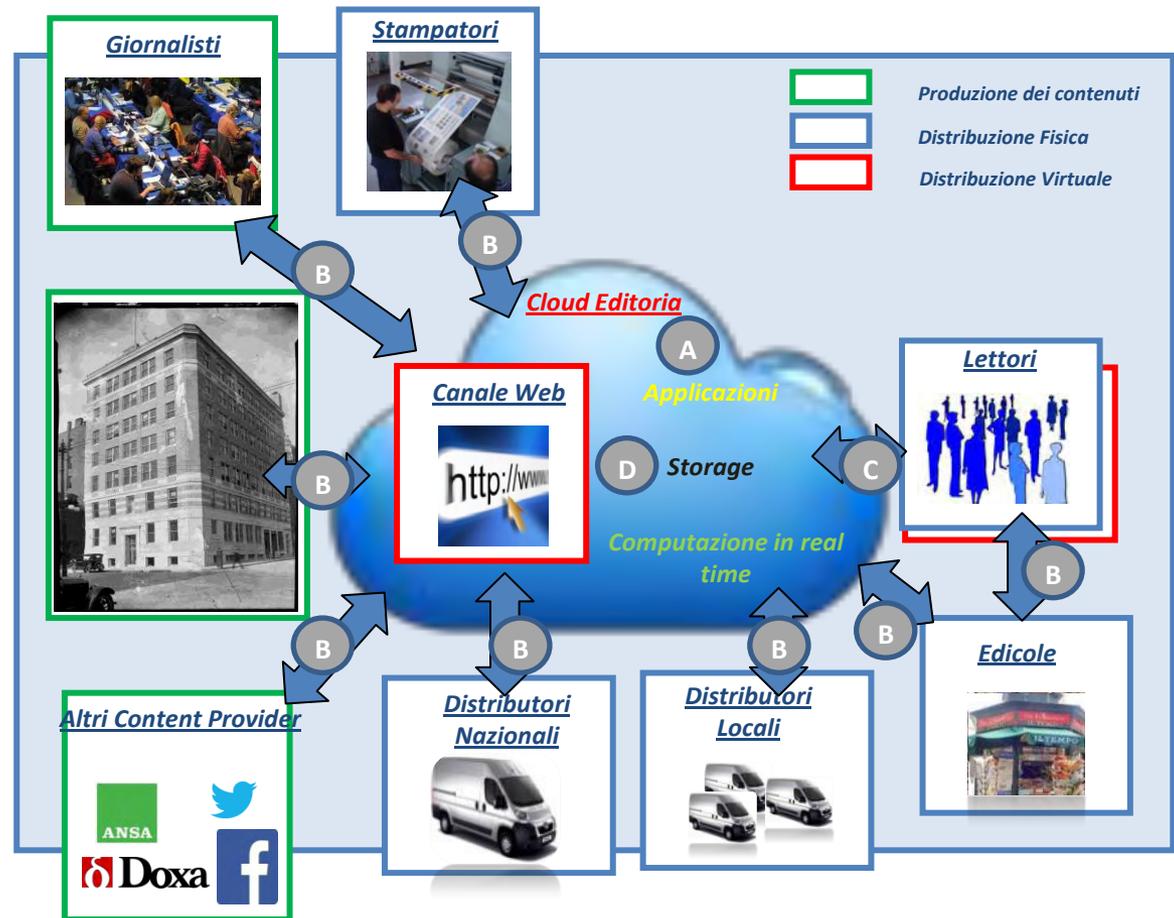
Schema di Filiera Editoriale “Tradizionale”



Caratteristiche Principali

- A Lo Storage e la computazione dei dati avviene prevalentemente sul Cloud
- B I dati possono essere condivisi, scambiati e analizzati in tempo reale
- C Gli editori si avvicinano al cliente sia in logica di CRM che di analisi dei fabbisogni
- D Una unica infrastruttura cloud riduce i costi ICT di tutti gli attori e consente l'elaborazione di nuovi servizi

Schema di Filiera Editoriale in Cloud

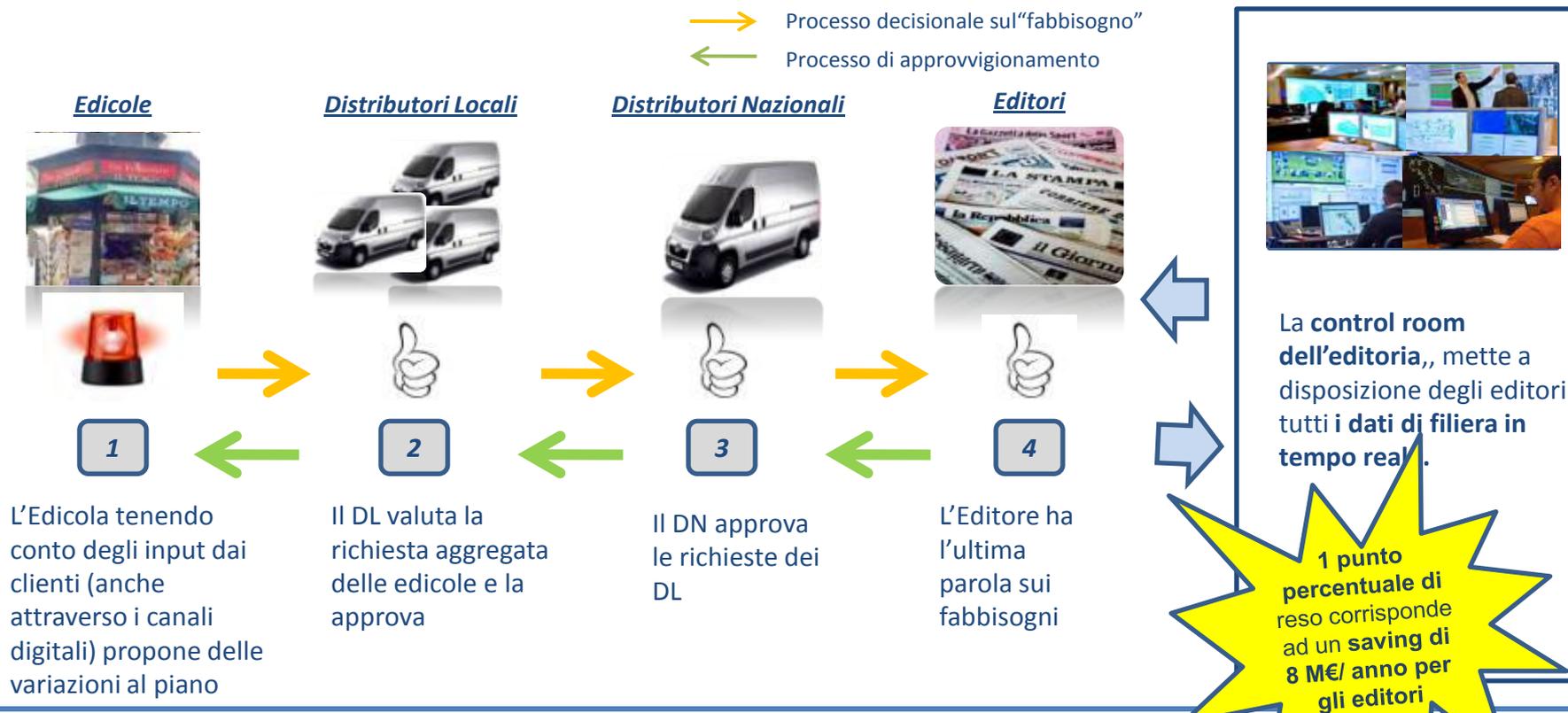


| | Descrizione | Obiettivo |
|---|---|--|
| <p>1</p> <p>Monitoraggio in tempo reale dei flussi dei prodotti editoriali e del sellout</p> | <p>Funzionalità di controllo di spedizioni, resi e vendite su tutta la filiera attraverso una piattaforma indipendente, condivisa dagli Editori</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Ridurre resi • Aumentare le vendite |
| <p>2</p> <p>Sviluppo di nuovi canali digitali di marketing</p> | <p>Funzionalità di comunicazione digitale tra editori e consumatori per campagne di marketing e comunicazione a sostegno delle vendite di carta stampata</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Ingaggiare gli “e-consumer” • Aumentare le vendite in edicola |
| <p>3</p> <p>Servizi a valore aggiunto per le Edicole</p> | <p>Dotare le edicole di servizi tradizionali e innovativi come nuove fonti di traffico e ricavi</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Aumentare e diversificare i ricavi delle edicole |



Un sistema evoluto di previsione della domanda propone ad ogni elemento della filiera un piano di approvvigionamento/ produzione. La soluzione prevede la **partecipazione** degli attori chiave nella determinazione del fabbisogno.

Le informazioni sono raccolte nella Control Room Editoria



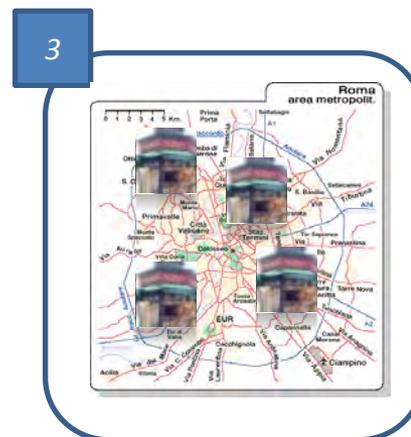
- Consente abbonamenti ai prodotti editoriali che svincolano l’utente dalla consegna a domicilio e lo riavvicinano all’edicola
- Il prodotto innova l’esperienza d’acquisto perché la singola copia è ritirabile in qualsiasi edicola del circuito



Il Cliente sceglie una tipologia di abbonamento



Il Cliente paga attraverso sim e ottiene una ricevuta digitale all’abbonamento, **oppure può acquistare una card prepagata editoria**



In qualsiasi momento il Cliente può presentarsi in qualsiasi edicola del circuito e ritirare la propria copia presentando la ricevuta

Nuovi strumenti per semplificare la user experience degli abbonati riposizionando il ruolo commerciale dei Punti Vendita

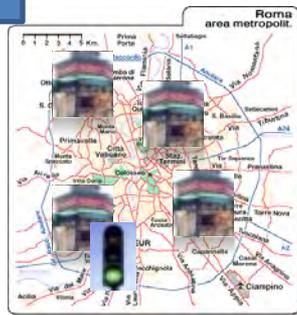
Consente di prenotare/acquistare un prodotto sul catalogo digitale del network e di andarlo a ritirare nell'edicola più vicina e dove il prodotto è disponibile

1



Il Cliente sceglie un prodotto sul catalogo del network dell'edicole

2



Il Cliente visualizza le edicole intorno a sé che hanno il prodotto disponibile

3



Il cliente prenota il prodotto presso la edicola più comoda e riceve una ricevuta digitale della prenotazione

4



Il Cliente si reca in edicola e paga con tecnologie mobile payment o con metodi tradizionali



Nuove esperienze di acquisto per avvicinare sempre di più il Cliente agli Editori

E' il sito vetrina dell'edicola. Riavvicina gli utenti digitali alla propria edicola

“Edicola Virtuale”



Il Cliente attraverso questa funzionalità dell'app editoria può accedere al catalogo dell'edicola

Può acquistare il servizio di print on demand di prodotti editoriali specifici (arretrati, fuori catalogo, rarità etc.)

Clienti più informati e vicini al mondo delle edicole e degli editori

L'edicola apre le proprie porte ai clienti

L'edicola condivide sul web il proprio catalogo editoriale e fornisce le informazioni su novità, prossime uscite etc.

Aggiornamento in real time del catalogo e delle anteprime disponibili presso le edicole

1

✓ ASPETTI GENERALI DELLA RIVOLUZIONE DIGITALE

2

✓ COSA E' IL CLOUD

3

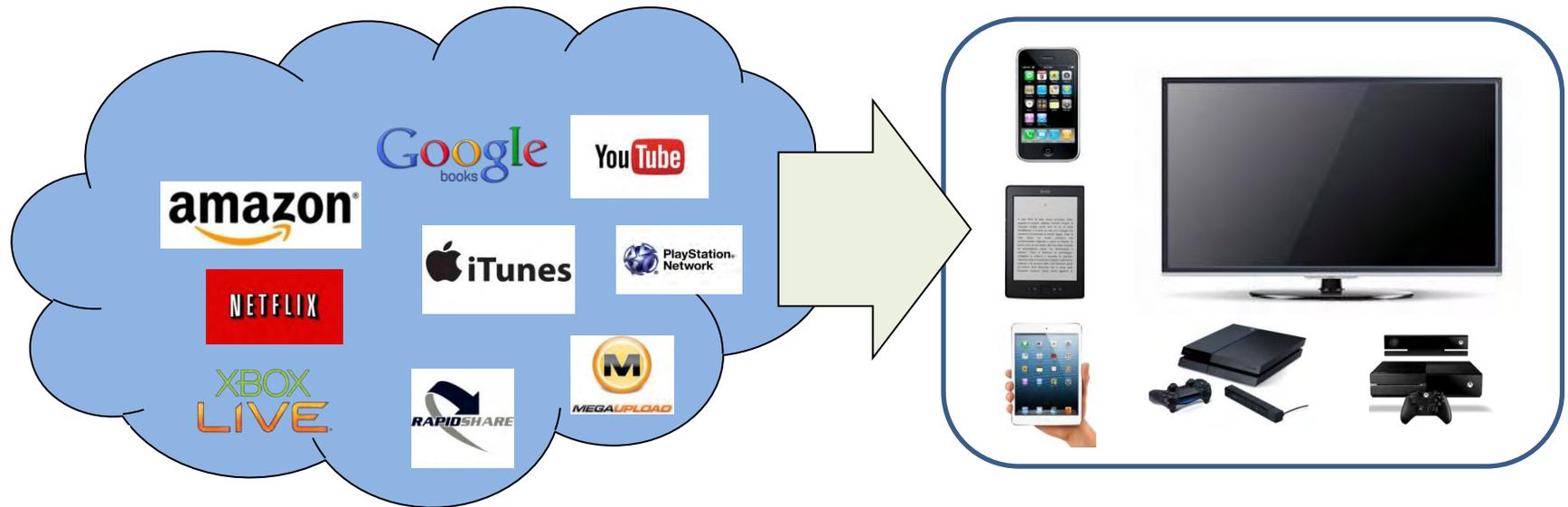
✓ POSSIBILI SERVIZI AGGIUNTIVI PER IL CLOUD DI FIEG

4

✓ LE MINACCE PER FIEG DA I PLAYER CHE SONO GIA' IN CLOUD

5

✓ CONCLUSIONI E DIBATTITO



I player Over The Top, già in cloud, mettono a disposizione degli utenti finali i contenuti editoriali acquisiti dagli editori o in alcuni casi dagli utenti finali stessi creando una user experience altamente fidelizzante

Principali plus rispetto al canale editoriale tradizionale

- Disponibilità illimitata
- Immediatezza acquisto
- Nessun problema di storage
- Multicanalità e multidevice
- Fruizione anche in mobilità
- Possibilità di fare copie e condividere contenuti

Quali minacce dai player OTT?



L'allargamento delle core competences dei player OTT verso i contenuti editoriali può accelerare il processo di Digitalizzazione del settore, costituendo una seria minaccia per l'intera filiera tradizionale, con particolare attenzione sui seguenti driver di distruzione del valore

- Allontanamento degli editori dalla propria customer base (distruzione del canale tradizionale)
- Riduzione dei volumi di vendita stampati e conseguente desaturazione assets tradizionali
- Maggior potere negoziale da parte dei nuovi canali digitali nei confronti degli editori (contrazione dei margini)
- Sviluppo di nuovi modelli di business tipici del cloud (freemium, pay per use, etc.)
- Pirateria

1

✓ ASPETTI GENERALI DELLA RIVOLUZIONE DIGITALE

2

✓ COSA E' IL CLOUD

3

✓ POSSIBILI SERVIZI AGGIUNTIVI PER IL CLOUD DI FIEG

4

✓ LE MINACCE PER FIEG DA I PLAYER CHE SONO GIA' IN CLOUD

5

✓ CONCLUSIONI E DIBATTITO



Conclusioni

- 1 Gli operatori OTT contribuiscono significativamente al processo di **digitalizzazione dell'editoria**, mettendo a **rischio marginalità di filiera e esistenza della rete** di distribuzione fisica
- 2 Attualmente **non esiste una interazione in real time** tra i vari **attori di filiera**
- 3 In particolare, ad eccezione del canale on line, **l'interazione tra editori e lettori, ma anche tra editori e distributori locali/edicole**, è molto debole e non consente **attività di marketing e di analisi dei fabbisogni in logica 2.0**

Domande/ Spunti di riflessione

- 1 Il Cloud può essere uno strumento per **contrastare l'avanzata dei player OTT e più in generale il processo di digitalizzazione?**
- 2 Come affrontare al meglio le tematiche sulla **Governance** di una infrastruttura condivisa **tra attori di filiera tra loro molto diversi?** (Editori vs. Distributori Locali vs. Edicole)
- 3 Chi sono gli attori che potrebbero **avere i massimi benefici** da una "cloudizzazione" di filiera?