

Capgemini Contacts:

Raffaella Poggio
Marketing & Communication Director
raffaella.poggio@capgemini.com
+39 347 4271901

Imageware:

Stefano Bogani
Jessica Morante
capgemini@imageware.it
+39 02 700 251

**Uno studio globale di Capgemini e EMC evidenzia
che i Big Data stanno guidando la trasformazione del mercato,
ma molte organizzazioni ritengono siano ancora marginali**

Capgemini amplia le funzionalità di analisi dei dati per soddisfare la crescente richiesta del mercato

Milano, 10 marzo 2015 – Un rapporto globale di [Capgemini](#), uno dei più importanti fornitori mondiali di servizi di consulenza, tecnologia e outsourcing, in partnership con EMC Corporation, rivela che nonostante i grandi cambiamenti del mercato siano guidati dai Big Data, due terzi delle organizzazioni (65 per cento) riconoscono di essere a rischio di diventare poco competitivi se non adotteranno nuove soluzioni per le analisi dei dati. Il rapporto *'Big & Fast Data: The Rise of Business Insight-Driven'* ha intervistato oltre 1.000 tra executive e senior decision maker del Nord America, Sud America, Europa e Asia-Pacifico per comprendere il livello di esigenza e capacità di gestione delle aziende dei Big Data. In risposta alle necessità dei clienti, e sulla base del successo della propria Business Information Management Global Service Line (GLS) lanciata cinque anni fa, Capgemini prevede una sostanziale crescita delle capacità di analisi e conoscenza dei dati attraverso la nuova global practice “Insights & Data”, con una maggiore focalizzazione nel supportare i clienti ad accedere a dati e informazioni importanti per gestire le attività decisionali all'interno di tutta l'azienda.

Secondo il 64 per cento delle imprese intervistate i Big Data stanno cambiando i tradizionali confini del business e stanno consentendo a nuove realtà di entrare nei loro mercati. Più di un quarto (27 per cento) ha evidenziato una nuova competizione da parte di player di altri settori, mentre la maggioranza (53 per cento) si aspetta di dover affrontare la concorrenza di start-up data-enabled. Questo suggerisce che la padronanza nella gestione e nell'analisi dei Big Data è ormai imprescindibile non solo per il successo, ma anche per la sopravvivenza aziendale.

Gli insight dei dati sono determinanti per le performance aziendali

È ampiamente riconosciuto che i dati in possesso delle organizzazioni stanno diventando una componente fondamentale di valore del mercato (59 per cento dei rispondenti). Questo si riflette anche nel management, con quasi un terzo delle aziende (32 per cento) che ha già introdotto o è in fase di introduzione di nuovi ruoli executive per la gestione delle informazioni. Ulteriori risultati dello studio evidenziano che:

- il 54 per cento afferma che gli investimenti in Big Data nel corso dei prossimi tre anni supereranno quelli realizzati in passato
- il 61 per cento riconosce che i Big Data sono un nuovo driver di ricavi a sé stante e che stanno portando valore alle loro aziende, come i prodotti e i servizi già esistenti

- il 43 per cento delle organizzazioni hanno già o si stanno attrezzando per sfruttare al meglio le opportunità offerte dai Big Data
- il 36 per cento degli intervistati afferma che, data l'importanza strategica dei Big Data, hanno dovuto fare escalation sui team IT per eseguire le analisi dei dati necessarie per acquisire insight aziendali
- oltre la metà (52 per cento) degli intervistati ha riferito che l'elaborazione di insight rapidi di dati è stata ostacolata dalle limitazioni nel processo di sviluppo IT
- un accesso più veloce ai Big Data è presente dove i top executive ravvisano un maggiore valore – il 77 per cento afferma che i decision maker hanno sempre più bisogno di dati in tempo reale.

Alessandro Kowaschutz, Vice President Insights & Data, Capgemini Italia, dichiara: *“Abbiamo raggiunto un punto di svolta nel mercato. L'informazione è al centro di ogni decisione di business e le aziende hanno bisogno di abbracciare pienamente le opportunità dei Big Data o il rischio è perdere quote sul mercato. La nostra ricerca ha rilevato che, mentre alcune organizzazioni utilizzano i Big Data per ridurre i costi e migliorare le performance attuali, altre li usano per entrare in nuovi mercati e trarne direttamente un profitto. Ogni azienda deve ora definire un percorso per diventare un'organizzazione insight-driven. Abbiamo sviluppato un insieme di linee guida e creato dei framework di base che aiuteranno le imprese a mettersi in moto e per fruire degli insight nel momento esatto. Per noi questo è l'approccio che rappresenterà un vero e proprio cambio direzionale per aziende e interi settori”*.

Paul Maritz, Pivotal Chief Executive Officer, EMC Federation - *“Esperienze coinvolgenti per gli utenti e nuovi modelli di business nell'era digitale sono alimentati dalla crescente disponibilità e utilizzo di dati. Le aziende devono rendersi conto non solo di assimilare rapidamente, prevedere e reagire prontamente su più fonti di dati, ma di avere la capacità di organizzare gli insight acquisiti nell'ambito di quello che fanno. Le realtà che non svilupperanno questo tipo di competenze sono ad altissimo rischio di disorganizzazione. Ciò significa che le imprese devono investire con urgenza in persone, competenze, strumenti e piattaforme innovative”*.

“Considerando che il 90 per cento di tutti i dati del mondo sono stati creati negli ultimi due anni e che 80 miliardi di sensori saranno attivati entro il 2020, le aziende devono adottare modelli di business per i Big Data e le economie di insight. Il successo richiede la padronanza dei dati per le decisioni. La capacità di gestire tutti i tipi di dati, trasformarli in informazioni, far emergere gli insight e prendere decisioni sulla base di questi consentirà alle organizzazioni di creare modelli di business dirompenti. Chi riuscirà a farlo scoprirà che il 20 per cento delle entrate proverrà dagli insight, entro il 2020. Ancora più importante, queste aziende saranno in possesso di un indiscutibile vantaggio digitale nell'adeguarsi in conformità alle normative, migliorando l'efficienza operativa, creando nuove opportunità di introiti, differenziando la strategia e offrendo maggiore originalità del brand”, R “Ray” Wang, Principal Analyst and Chairman, Constellation Research, Inc.

La practice globale Insights & Data di Capgemini per una nuova piattaforma Insights-as-a-Service

Sulla scia del successo della Business Information Management Global Service Line (GSL), lanciata cinque anni fa, Capgemini sta trasformando questa service line in una practice globale focalizzata su “Insights & Data”, che si prevede crescerà maggiormente rispetto all'andamento complessivo del mercato. Attualmente Capgemini può contare su 10.000 professionisti sul campo, molti dei quali data engineers e specialisti di business intelligence, ma prevede che la domanda del mercato raddoppierà nei prossimi cinque anni.

La practice Insight & Data di Capgemini unisce il lavoro pionieristico fatto fino ad oggi sui big e fast data e l'esperienza nella consulenza aziendale con un nuovo approccio specifico sugli insights. Come parte di questa iniziativa, Capgemini ha sviluppato un'innovativa piattaforma Insights-as-a-service, che partirà con un pilot su

un numero selezionato di clienti nel corso della prima metà del 2015. Progettata per consentire alle aziende di analizzare e rispondere in tempo reale ai modelli di comportamento e alle azioni dei propri clienti, questa nuova piattaforma consentirà inoltre un miglioramento costante di determinati processi aziendali in settori selezionati, senza dover incorrere in un costo iniziale per investimenti in data science e infrastrutture IT. Capgemini prevede di rilasciare una prima versione della sua piattaforma Insights-as-a-service entro la seconda metà del 2015.

Big Fast Data: Rise of the Insight-Driven Business è uno studio che si basa su una ricerca realizzata da FreshMinds per conto di Capgemini e EMC. Unisce i risultati di un sondaggio online quantitativo con un ulteriore approfondimento di interviste qualitative condotte nel mese di agosto 2014. Oltre 1.000 decision maker di alto livello provenienti da 9 settori (tra cui beni di consumo e vendita al dettaglio, progettazione, servizi finanziari, sanità, media, energia, pubblica amministrazione, telecomunicazioni e utilities) e 10 Paesi (tra cui Australia, Brasile, Canada, Cina, Francia, Germania, Paesi Bassi, Paesi Nordici – Svezia, Finlandia, Norvegia – Regno Unito, e Stati Uniti) hanno preso parte allo studio.

Per scaricare una copia del report: [**Big & Fast Data: The Rise of Insight-Driven Business**](#)

Capgemini

Con quasi 145.000 dipendenti in più di 40 paesi nel mondo, Capgemini è uno dei principali fornitori mondiali di servizi di consulenza, information technology e outsourcing. Nel 2014 il Gruppo Capgemini ha registrato ricavi per 10.573 miliardi di euro (14.028 miliardi di dollari). Insieme con i propri clienti, Capgemini progetta e realizza soluzioni di business e tecnologiche che consentono di migliorare le performance e il posizionamento di mercato. L'organizzazione profondamente multiculturale contraddistingue da sempre il Gruppo Capgemini, che utilizza un approccio di lavoro unico e distintivo – la Collaborative Business Experience™ – e un modello globale di produzione distribuita denominato Rightshore®.

Per maggiori dettagli: www.it.capgemini.com

Rightshore® è un marchio appartenente a Capgemini



EMC

EMC Corporation è leader mondiale nell'aiutare aziende e fornitori di servizi a trasformare il loro modo di operare e fornire servizi IT. Indispensabile in questa trasformazione è il cloud computing. Grazie a prodotti e servizi innovativi, EMC accelera il passaggio al cloud computing, supportando i dipartimenti IT nell'archiviazione, nella protezione e nell'analisi della loro risorsa più importante, le informazioni, con maggiore flessibilità, affidabilità e convenienza. Ulteriori informazioni su EMC sono disponibili al sito www.emc.com.