

giornamente, di anno in anno, mano a mano che anche i clienti scelgono di utilizzare il computer o altri tipi di dispositivi per integrare con la propria compagnia. Per questo motivo, le aziende devono prestare particolare attenzione nella scelta delle tecnologie di integrazione, optando per quelle che offrono più funzionalità per interfacciare il mondo cosiddetto legacy (i software e gli hardware su cui si è investito in passato, e che ancora svolgono egregiamente i propri compiti) e il web. Sul mercato non mancano fornitori di tecnologie di questo tipo. Solo per fare qualche nome famoso, si segnalano Attachmate, Bea, Ibm, Magic Software, Seebeyond, Wrq. Un altro fornitore di tecnologie che è recentemente approdato in Italia è Jacada, che lo scorso ottobre ha stretto un accordo con Selesta, una società con sede a Genova e che, dal 1981, fornisce infrastrutture It a medie e grandi aziende. L'alleanza con Jacada, di cui è stato motore **Mauro Furiosi** (direttore esecutivo della business application support systems della società genovese), è in realtà già collaudata con due anni di colla-

borazione nei mercati spagnolo e portoghese. Tra i clienti insurance di Jacada figurano già Axa, Generali e Prudential.

Un tormentone che ricorre spesso quando si affronta il tema dell'integrazione dei processi, utile anche per sveltire e migliorare i servizi ai clienti, oltre che a ridurre i costi delle compagnie, è quello relativo alla scelta tra l'utilizzo di sistemi legacy e tecnologie di Enterprise application integration (Eai) o l'acquisto ex novo di suite integrate. Ci riferiamo, per esempio, alle piattaforme verticalizzate per il mercato assicurativo di Oracle (Oracle Applications), Peoplesoft (Peoplesoft for insurance) e Sap (Sap for insurance).

La scelta di implementare una suite, che non implica necessariamente l'abbandono di tutti i programmi legacy (la maggior parte delle suite include strumenti di integra-



La tecnologia consente alle compagnie di velocizzare i contatti con la rete.

zione verso le applicazioni preesistenti), è quasi obbligata quando si vuole attuare un profondo rinnovamento dei processi con l'obiettivo di una ottimale efficienza. «Dal nostro punto di vista», spiega **Pietro Bonzano**, responsabile amministrazione e sistemi informativi Gruppo Zurigo, «in contesti in cui la condivisione

delle informazioni e l'unicità del dato diventano un problema critico, ci sembra fondamentale avere un sistema integrato».

Una scelta analoga può convenire anche a chi deve far ripartire al più presto una nuova azienda nata dalla fusione di realtà con regole di business e sistemi It molto eterogenei. Sempre tra i clienti di Sap troviamo Allianz Subalpina, compagnia nata nel 1995 dalla fusione di Allianz Pace e Unione Subalpina. «A seguito della fusione», racconta **Giuseppe Milone**, responsabi-

SOFTWARE COME AUTOMOBILI

Analizzando l'evoluzione del processo produttivo che ha caratterizzato l'industria automobilistica è facile verificare che il percorso sia pressoché identico a quello che sta avvenendo nell'industria del software. Agli inizi i programmi erano prodotti fondamentalmente adatti ad artigiani specializzati. Poi, con l'avvento dei primi tool di sviluppo, il processo si è progressivamente industrializzato. La conseguenza è stata una tendenza alla standardizzazione e omogeneizzazione dei prodotti. Oggi stiamo entrando nella fase della automatizzazione spinta, e contemporaneamente si è riaperto il fronte delle personalizzazioni per il



cliente. Esattamente come nell'industria automobilistica. Ed esattamente come nella industria automobilistica l'unità temporale per il calcolo del tempo necessario alla realizzazione di una vettura si è ridotto di oltre un fattore 1000. Quello che dieci anni fa richiedeva 1000 unità di tempo (esempio «ore uomo»), oggi, utilizzando le migliori tecnologie, richiede meno di 1 unità di tempo. Prendiamo come esempio il rifacimento del sistema informativo della rete aziendale di una compagnia di as-

sicurazioni. Fino a una decina di anni fa era considerato un progetto immenso, esprimibile in numerosi anni-uomo di lavoro. La maggior parte delle compagnie di assicurazioni intraprendeva il percorso con delle specifiche tecnologiche che già a metà strada rendevano completamente obsoleto il sistema. Ma gli investimenti fatti erano così rilevanti, e gli uomini coinvolti talmente numerosi che alle aziende non rimaneva altro che prendere atto della propria inadeguatezza e andare avanti nello scontento generale. Almeno un paio di generazioni di tecnici informatici sono so-

pravvissuti in questo contesto. Quello che doveva rappresentare il simbolo della innovazione tecnologica il più delle volte diventava il simbolo della lentezza e della inadeguatezza. Molte aziende hanno vissuto protette da una specie di recinto oligopolistico rimasto alzato solo grazie alla scarsa cultura tecnologica delle vecchie classi dirigenziali. Fino a qualche anno fa, quando un'automobile presentava problemi, lo si dava quasi per scontato: tutte, infatti, davano problemi. Oggi non sarebbe più concepibile, o meglio, il produttore di

automobili al di sotto dello standard qualitativo ritenuto normale viene rapidamente escluso dal mercato. Fino a pochi mesi fa (e ancora per pochi mesi in alcune nicchie di mercato) se un software presentava ogni tanto qualche problema era ritenuto «normale». Ora non più. Similmente fino a pochi mesi fa un termine di consegna superiore ai dodici mesi per un progetto software di grandi dimensioni era ritenuto normale. Ora non più. Se un produttore di software rilascia pacchetti applicativi con dei malfunzionamenti il cliente si irrita. Lo sopporta a malapena se il pacchetto è fortemente personalizzato sulle sue esigenze e solamente nelle fasi iniziali implementative. Non lo sopporta proprio e si spaventa se il malfunzionamento è riferito al pacchetto standard. Se un produttore di software si impegna a consegnare un progetto entro una certa data il cliente si aspetta che tale data venga rispettata perché sa che ormai lo standard è quello. Il cliente lo «sa», perché il ricambio generazionale ai vertici delle aziende ha aumentato la cultura tecnologica media dell'utente.



Diagramma
www.diagramma.it
info@diagramma.it