

RINNOVARSI PER TENERE IL PASSO

Patrizia Grieco, presidente di Olivetti, illustra gli sviluppi di una azienda cara a tutti gli italiani, che dagli antichi fasti di Lettera 22, Programma 101 e Olivetti M20, dopo una fase di ristrutturazione, si presenta oggi con una nuova spinta e nuovi obiettivi.

Matteo Ovi



Patrizia Grieco

Avevamo già parlato un paio di anni fa di un prodotto, l'Olipad, con il quale Olivetti si stava preparando a fare il suo coraggioso ingresso nel nascente mercato dei tablet. Da allora, ha continuato ad accrescere il proprio know-how tecnologico, affiancandolo sinergicamente con altre esperienze maturate negli anni e offrendo prodotti per il business: «Oggi», precisa Patrizia Grieco, «Olivetti passa da un ruolo di fornitore di macchine, di hardware insomma, a quello di *solution provider*, in cui la nostra linea consolidata di terminali viene continuamente aggiornata per assolvere in maniera intelligente a qualunque funzione richiesta dai nostri clienti».

L'azienda si propone infatti come *complementary innovator* per sviluppare insieme ai propri clienti i prodotti e i servizi più idonei. La Grieco descrive questa strategia come "governance dell'intangibile", in cui si realizza la sinergie tra domanda, offerta e assistenza al prodotto. I fondamenti di questa strategia implicano la collaborazione con i partner nella R&S di nuovi prodotti, attraverso la verifica e l'adattamento delle tecnologie emergenti e l'utilizzo delle piattaforme globali. Bisogna poi tenere sempre in considerazione la tempistica dell'inserimento di un nuovo prodotto nel mercato e i benefici che porta ai clienti.

«È partendo da questa strategia», aggiunge Patrizia Grieco, «che è stato realizzato un profondo *remake* dei terminali mobili e dei terminali specializzati multifunzione, come nel caso delle stampanti bancarie (un mercato in cui Olivetti è leader mondiale), capaci di supportare processi di smaterializzazione, o dei tablet Olivetti». In proposito, «esiste oggi una filiera che lega i nostri terminali alla gestione del problema della dematerializzazione. È anche merito dell'evoluzione del mercato ICT e del *cloud computing* se oggi il riposizionamento dell'a-

zienda sta avvenendo in maniera rapida. La nostra offerta include tablet e terminali specializzati che consentono l'accesso alla rete e al mondo di applicazioni che le ruota attorno. Nel loro passaggio da "prodotti per l'ufficio" (come diceva un nostro slogan) a soluzioni per le imprese, il gruppo Olivetti mira al massimo ampliamento dell'offerta di applicazioni e servizi».

Nel suo ventaglio di offerta, l'azienda propone oggi sistemi specializzati, applicazioni e servizi *cloud* concepiti per assolvere le funzioni più svariate. Si va da sistemi per il mondo del *retail* per le piccole imprese (registratori, sistemi di cassa e POS touch-screen), a strumenti per il settore bancario e postale, dove la dematerializzazione dei documenti cartacei allo sportello è una caratteristica sempre più diffusa. A questa gamma si aggiungono terminali specializzati per stampa e scansione, soluzioni multimediali per pagamenti, per attivazione di contratti, ricariche e altro.

La Olivetti si è arricchita in questi ultimi anni di dispositivi *personal*, tra i quali notebook e tablet. In particolare, con l'Olipad Graphos ha presentato il suo primo sistema di firma grafometrica, marcando così la scelta di passare dal cartaceo al digitale. La possibilità di compilare e sottoscrivere documenti in mobilità è infatti oggi un asset sempre più diffuso. «Ovviamente, nel gestire sistemi di pagamento di prossimità, Olivetti si è sempre impegnata ad assicurare i dovuti livelli di sicurezza e affidabilità», commenta Patrizia Grieco.

L'azienda offre anche un servizio di gestione sicura on-line delle attività di *maintenance* e *device monitoring* e un servizio di *fidelity* tramite portale Web, che permette di trasformare il dispositivo mobile del cliente in una vera e propria carta fedeltà.

Olivetti si adoperava inoltre nella ricerca di soluzioni per l'*education*, impegnandosi in una offerta a largo spettro per lo sviluppo tecnologico e digitale della scuola. Anche in questo caso, i servizi erogati sono personalizzabili sulla base delle specifiche esigenze delle realtà scolastiche territoriali. La proposta aziendale include lavagne interattive dotate di software per la condivisione e gestione in *real time* di contenuti attraverso i tablet, e corsi di formazione per la diffusione di nuove tecniche didattiche attraverso le lavagne interattive. Tutto questo è mirato alla creazione di una "classe digitale".

Per finire, va menzionato Application Warehouse, il programma di partnership attraverso cui Olivetti costruisce collaborazioni mirate alla selezione e commercializzazione di SW House che integrino e certifichino i propri pacchetti con i dispositivi Olivetti.

Patrizia Grieco aggiunge che «il mondo dell'Information Technology è stato a lungo dominato da alcuni *players* che hanno però faticato a comprendere il peso che avrebbe assunto la mobilità e ciò ha rallentato la loro corsa e invece favorito la nascita di nuovi attori. Noi collaboriamo con i *maggiori players* di questo mercato e offriamo scelte mirate per il mondo delle imprese». Olivetti sviluppa la propria offerta su tre settori, che vanno dal più storico *copying & printing* (un settore dove ha sempre vantato un peso e un know how unici) ai terminali specializzati e alle applicazioni e servizi.

Parlando di manifattura, la Grieco spiega come Olivetti abbia da tempo perseguito l'obiettivo di spostarla in Asia, ma non tanto per il costo del lavoro più basso, data la sua scarsa incidenza sul costo finale del prodotto. Il vero vantaggio deriva dall'essere inseriti in una *supply chain* (catena delle forniture) unica al mondo, là dove effettivamente vanno a concentrarsi oggi tutte le maggiori attività manifatturiere della elettronica *business e consumer*.

Nonostante Olivetti abbia recentemente chiuso la sua ultima fabbrica di testine inkjet in Italia, l'esperienza maturata negli anni e le tecnologie proprietarie le consentono di avere un giro d'affari di prodotti hardware proprietari che supera i 100 milioni di euro l'anno. Tra l'altro, questa azienda italiana è a oggi una delle poche rimaste al mondo con una tecnologia dedicata e di altissimo livello, capace di garantire una qualità del prodotto che «l'estremo oriente non ha saputo ancora raggiungere».

Infine, abbiamo parlato anche dei giovani, un tema a noi caro. Al riguardo, Patrizia Grieco ha lamentato i tradizionali problemi delle aziende italiane, troppo vincolate da norme che non favoriscono il ricambio generazionale dei lavoratori: «Questi vincoli vanno a sacrificare il potenziale di assunzione di nuovi lavoratori a favore delle risorse interne. Il problema colpisce tutte le aziende del paese, che soffre gravemente di una astinenza da innovazione e rinnovo del mercato del lavoro. Dobbiamo favorire l'inclusione di chi oggi non ha diritti, anche perché è davvero difficile fare innovazione in un Paese che non favorisce e non aiuta l'inserimento dei giovani nelle aziende».

Ciò detto, non resta che augurarci che Olivetti possa continuare nel suo riposizionamento, dimostrando come un'azienda possa reinventarsi senza perdere le sue origini o dimenticare le esperienze passate, ma al tempo stesso guardando incessantemente al futuro, all'innovazione e ai giovani. ■

Matteo Ovi è collaboratore della edizione italiana di MIT Technology Review.

M210



Nettun@3000



Nettun@7000



Olipad



Olipad Graphos

