

Attualità**HPE Italian Summit 2018: prepararsi all'era dei dati**

29 Mag 2018

di Michele Mornese

La prima giornata dell'edizione 2018 dello Hewlett Packard Enterprise Italian Summit è stata un evento ricco di annunci sulle strategie di mercato, sulle nuove acquisizioni e sulle prospettive di sviluppo futuro del brand americano, che punta su hybrid IT e high performance computing, sul networking intelligente e sui servizi, facendo leva sulla rete dei partner.

Innovazione, cultura e tecnologia: questi in estrema sintesi i pilastri del keynote speech di Stefano Venturi, Corporate VP e AD **Hewlett Packard Enterprise** in Italia, che ha parlato di “risultati eccellenti” anche per il secondo trimestre appena chiuso, con una crescita del 10% worldwide e del 18% in Emea.

ISCRIVITI SUBITO

“La strategia della nuova HPE sta funzionando”, ha sottolineato Venturi. Questa è l’epoca dei dati e dei sistemi di analisi, dell’intelligenza artificiale e della connessione globale; un’epoca in cui vince chi sa unire competenze verticali nel proprio settore alla cultura tecnologica per cavalcare l’onda digitale. “Gli utenti internet da oggi al 2020 passeranno da 3,5 miliardi a 6 miliardi, mentre i sensori saranno 200 miliardi. Per gestire la complessità e sviluppare il business, la strategia di HPE è composta da 3 pillar” – ha spiegato il manager – leadership nell’IT ibrido, che supera il data center tradizionale e si integra con la rete e con gli utenti nel segno dell’innovazione; networking integrato con l’intelligenza artificiale; infine i servizi e la collaborazione con i partner per portare l’ ‘innovazione a km 0’ sul territorio, vicino ai clienti.



Il keynote speech di Stefano Venturi, Corporate VP e AD Hewlett Packard Enterprise in Italia

L'impresa 4.0 e l'automazione cognitiva

Marco Taisch del **Politecnico di Milano** ha parlato di *Impresa 4.0: tecnologie, modelli di business e competenze*. “Il manifatturiero è – secondo Taisch – il vero motore dello sviluppo del paese. L’Italia è seconda in Europa solo alla Germania.

Insieme con logistica, ICT e servizi collegati, il manufacturing rappresenta circa il 50% del PIL italiano e su di esso possono innestarsi i servizi e le tecnologie dell'impresa 4.0". La sfida di oggi è "trasformare il dato in asset strategico delle aziende – ha sottolineato Taisch nel suo intervento – perché i dati sono un fattore produttivo che diventerà fondamentale per essere competitivi". Il Piano Nazionale per l'Industria 4.0 ha contribuito a rilanciare l'economia, ma oggi occorre entrare in una nuova dimensione culturale, per realizzare una rete di tutte le cose o "Internet of X" con macchine, persone, flussi e processi collegati, e inaugurare l'era dell'automazione 4.0: "L'automazione 'cognitiva' che favorisce l'occupazione, non la ostacola, perché aumenta le occasioni di business rendendo disponibili le informazioni in tempo reale". Un esempio significativo è l'avveniristico programma di innovazione di **MSC Crociere**, *MSC for Me*, per offrire un'esperienza digitale immersiva e unica ai clienti/utenti della nave connessa: grazie a copertura Wi-Fi di ultima generazione basata su un'infrastruttura di rete, cablata e wireless, completamente ridondata e distribuita su tutta la nave, i passeggeri e i membri dell'equipaggio di una nave MSC possono godere di una serie di servizi d'avanguardia (informazioni in tempo reale per orientarsi e trovare facilmente la propria cabina, l'ascensore più vicino ecc. basate su geolocalizzazione della propria posizione sulla nave; servizi di sicurezza per il controllo remoto dei bambini; organizer per pianificare check-in, escursioni ecc.).



L'intervento di Marco Taisch del Politecnico di Milano

Il canale e le nuove aree di business

Paolo Delgrosso, Channel & Alliance Sales Director Hewlett Packard Enterprise ha parlato poi di collaborazioni e di partnership riprendendo alcuni risultati finanziari: “Da novembre 2015 a oggi, le azioni di HPE sono passate da 8,64 dollari a 17,55 dollari, con un aumento del 103% del valore”. La strategia di HPE vuole dare grande rilievo ai partner, con l’idea di “lavorare insieme per aumentare le competenze”. Vanno in questa direzione iniziative come la *Presales Academy* per il canale, un percorso di formazione di 6 settimane; la *Channel Digital Marketing Academy* vuole invece offrire nuovi strumenti per migliorare presenza e visibilità, non solo peraltro sui canali digitali; e gli *Innovation Lab* portano la tecnologia a “km 0” sul territorio. Infine, Delgrosso ha parlato dei Super 6, sei aree di crescita individuate con i partner per generare nuovi stream di business per un valore stimato di 87 miliardi di dollari worldwide: dalle piattaforme Everything as a Service all’intelligent edge, dall’aggiornamento dei sistemi Blade a Gen 10 transition con nuovi server più sicuri, dallo storage con tecnologia flash al passaggio al software-defined e all’infrastruttura iperconvergente.

L'evento si è chiuso con gli Innovation Award ai partner: sono stati premiati **Information Consulting** (ambito consulting), **Adicom** (storage), **Var Group** (networking), **Computer Halley** (backup).



L'intervento di Paolo Delgrosso, Channel & Alliance Sales Director Hewlett Packard Enterprise

Michele Mornese

Giornalista

Giornalista pubblicitario, svolge attività professionale da una quindicina d'anni. Ha al suo attivo collaborazioni con gruppi di rilievo nazionale e internazionale in vari settori, dall'ICT alla formazione linguistica, alla riorganizzazione aziendale, e con associazioni specializzate in ambito sportivo, per le quali ha realizzato reportage e interviste legate al mondo della montagna. Si interessa di tutto ciò che riguarda la comunicazione e l'impatto delle nuove tecnologie per il vivere connesso. Ha vissuto a Londra e a Sydney e viaggiato in diversi paesi nel mondo.

