


Microsoft, la 'Power Platform' per il canale. 15 miliardi di innovazione

🕒 Pubblicato il: 30/07/2019



 Barbara Torresani

Fabio Santini, Direttore Divisione One Commercial Partner & Small, Medium and Corporate di Microsoft Italia, racconta l'esperienza Microsoft Inspire a Las Vegas. La 'gestione Nadella' imprime un nuovo corso, inclusivo e partecipativo. Il cloud è la 'Piattaforma' di riferimento su cui i partner creano valore per i clienti. Var Group premiata a Las Vegas come Microsoft Country Partner Of The Year per l'Italia. 168 i partner italiani presenti

Facebook 3

Twitter

LinkedIn

E-mail

WhatsApp

Messenger

A pochi giorni dalla chiusura di **Microsoft Inspire** (qui su **ChannelCity** il reportage (<https://www.channelcity.it/vendor/16636/microsoft-inspire-2019-i-6-messaggi-chiave-del-key-note-di-satya-nadella.html>)) la convention annuale tenutasi **nei giorni scorsi a Las Vegas** durante la quale l'azienda si racconta ai partner, **Fabio Santini, Direttore Divisione One Commercial Partner & Small, Medium and Corporate di Microsoft Italia**, (<https://www.channelcity.it/vendor/15285/microsoft-un-iniezione-da-40-milioni-di-euro-per-partner-cloud-first.html>) incontra la stampa italiana per un **momento di recap sull'anno fiscale appena concluso** e tracciare le **linee future**.

Lo fa carico e più che soddisfatto per i risultati raggiunti dalla **filiale italiana** (in cui 'vive da 17 anni' ricoprendo via via importanti ruoli manageriali), che per la prima volta nella sua storia è stata **premiata come miglior country a livello mondiale** (<https://www.channelcity.it/vendor/16639/microsoft-inspire-2019-e-il-record-italiano-miglior-country-worldwide-.html>), un traguardo raggiunto anche grazie agli investimenti fatti per il canale italiano e alla positiva collaborazione con l'ecosistema di partner in Italia. Con lui, **Francesca Moriani, Amministratore Delegato di Var Group**, realtà partner anch'essa premiata nella cornice di Las Vegas in qualità di **Microsoft Country Partner Of The Year per l'Italia**.



Fabio Santini, Direttore Divisione One Commercial Partner & Small, Medium and Corporate di Microsoft Italia

*“E’ stata una settimana intensa di ‘cross fertilization’ e i feedback raccolti sono molto positivi. Con noi 168 partner italiani, un numero significativo mai raggiunto prima; realtà che hanno investito tempo e risorse. Un momento importante per molti aspetti, a partire da quel concetto di ‘Platform Company’ impresso dal Ceo Satya Nadella che ci ha riportati alle origini: l’azienda di Windows”. Santini ribadisce l’importanza giocata dal sistema Windows quando è stato lanciato sul mercato: “Ha rappresentato una forte ‘disruption’, cambiando, di fatto, il mercato IT. Nel corso degli anni Microsoft ha intrapreso molti viaggi e oggi è tornata alla Piattaforma, questa volta con il Cloud: ‘Cloud First’, il nuovo mantra”. **E da qui si riparte:** dalla **Piattaforma Cloud** (<https://www.channelcity.it/vendor/16632/microsoft-inspire-2019-gavriella-schuster-il-cloud-ha-reso-migliore-il-nostro-canale-e-la-nostra-relazione>)– che Microsoft propone nelle sue tre declinazioni portanti (Azure, Dynamics, Office) – **l’unico campo dove oggi si giocano le partite principali** (con i principali competitor AWS e Google Cloud, ma anche altri, a seconda delle declinazioni, ndr). Lo fa mettendo in campo **un investimento di circa 15 miliardi di dollari** (14.7 per la precisione) **per innovare in questa prateria**, ricca di **opportunità per i partner**, che stanno capendone il valore: “E’ un investimento per l’intero ecosistema: Microsoft mette a disposizione la piattaforma, il Lego su cui partner devono costruire il valore di soluzioni, le verticalizzazioni: Azure, Dynamics, ... non sono nulla se sopra non ci si costruisce una soluzione o un progetto. Il Cloud non disintermedia il canale, ma è un’occasione di Trasformazione Digitale per tutti i componenti della filiera. E sulla Piattaforma si integrano i servizi più moderni come IoT, AI, streaming, Power Apps, ... ogni singola applicazione portata sul mercato crea valore”.*

Qualche numero per inquadrare lo scenario: il **Marketplace** commercial di Microsoft conta oggi **40 milioni di utenti, oltre 120 mila applicazioni e servizi** pronti all’uso; genera inoltre 350 mila leads al mese e **90 milioni di dollari di new business ogni mese**. Il **Programma di co-selling** (lanciato due anni) ha generato **9,5 miliardi di dollari in fatturato co-sell annuale dei partner**. I deal IP co-sell si concludono 3 volte più rapidamente, sono 6 volte più grandi e generano un consumo di Azure 8 volte più alto, mentre il programma **Cloud Solution Provider** (formazione e supporto di business ai partner), **raggiunge 3,5 milioni di clienti**,

permettendo di ai partner di raggiungere una crescita media del fatturato del 40%.

L'ecosistema è centrale

Il ruolo di tutologo non appartiene a Microsoft: *“Siamo nati 40 anni fa con i partner e con loro vogliamo continuare il nostro cammino. E, oggi più di ieri, i nuovi scenari si aprono a dinamiche collaborative, a contaminazioni e integrazioni. Uno scenario di Piattaforma che non può prescindere dalle competenze: anche i partner devono evolvere e comprendere a fondo i nuovi contesti. Non si tratta solo di configurare i sistemi, ma di entrare nelle maglie dei processi, comprenderne i meccanismi, elevare il livello di interlocuzione, acquisire la capacità di integrare i servizi innovativi, parlare di soluzioni e verticalizzazioni”.* Una **collaborazione che si fa sempre più estesa e abbraccia anche i vendor partner**, alcuni ritenuti concorrenti nel passato recente, come Red Hat, Oracle, Sap e VMware.



Satya Nadella, Ceo di Microsoft sul palco di Inspire

Numeri più che positivi: oltre la tecnologia

Una strategia che paga, non c'è dubbio, **con numeri 'imbarazzanti'** in positivo come dice Santini; la società ha appena concluso l'anno fiscale, registrando **un fatturato di 125,8 miliardi di dollari (+14%)** e **un utile netto di 39,2 miliardi di dollari**; risultati guidati dalle **performance da record del cloud computing commercial** che pesa **oltre il 30% su fatturato globale**. **Virtuoso il rapporto che si genera con i partner** in grado di cogliere la trasformazione in atto: Microsoft agisce come **moltiplicatore del valore per la filiera e sul territorio**. Secondo dati Idc 2019, **per ogni dollaro fatturato da Microsoft l'ecosistema di partner genera 9,82 dollari**; un valore cresciuto negli anni in virtù dei continui investimenti di Microsoft a supporto del canale, basti pensare che nel 2016 il moltiplicatore era di 5,87. Un buon momento per l'azienda: *“E' un momento incredibile per Microsoft. Il mercato è molto ben predisposto, c'è un bel 'hype' intorno all'azienda e al brand, tornata a essere 'cool': e non è solo innovazione tecnologica ma è un cambio culturale forte, impresso*

da Satya Nadella quando prese il timone dell'azienda 4 ½ anni fa", afferma Santini.

Si parla di 'Diversity & Inclusion'

Satya Nadella che a Las Vegas di fronte a 30 mila persone ha parlato soprattutto di '**diversity**' e '**inclusion**': elementi da fare propri per un'azienda che vuole essere da esempio in un mondo di 7 miliardi di persone; aspetti cruciali nel trasformare alcuni rapporti da 'competitivi' a collaborativi. Un fatto che si respira a tutti i livelli, internamente e nell'ecosistema di partner. Un pensiero che deve essere diffuso: *"Principi che vanno condivisi. Per alcuni versi non è stato facile: in alcuni casi si è trattato di riconoscere degli errori commessi; ma per innovare in modo inclusivo parlando di etica, AI, servizi di cognitive computing bisogna necessariamente fare scelte 'disruptive' e riconoscere anche gli errori. E' un viaggio lungo da fare insieme"*, sottolinea Santini. In un **mondo che è sempre più governato al software**: *"Come diceva già quattro anni fa Nadella: ogni azienda diventerà una 'software company', perché il software è il vero elemento differenziante, volano per avviare discussioni di business, centrale in ogni strategia non solo nelle realtà tecnologiche"*, rimarca. Basti dire che oggi i profili software sono molto richiesti in aziende non necessariamente IT, a sottolineare la trasversalità e la strategicità della tecnologia, con i Cio seduti ai tavoli del management aziendale. E in un mondo software Microsoft non può sentirsi a suo agio.

Partner competenti, certificati e allineati al valore

Un ulteriore motivo per **focalizzarsi sulle competenze**; quella odierna è un'IT pensata in modo diverso, in cui **l'innovazione passa dal software per fare business**: *"Siamo sempre più interessati a un canale competente e specializzato, in grado di aggiungere valore alla Piattaforma"*, ribadisce Santini. Un messaggio chiaro per il poliedrico ecosistema di partner italiano - distributori, rivenditori, system integrator, licensing solutions partner, Telco e Isv, raccolto sotto l'egida del **Microsoft Partner Network, costituito da 10.000 partner, di cui oltre 5.000 attivi sul cloud** (un dato in crescita del 35%). **Un ecosistema chiamato a tenere il passo dell'innovazione e allinearsi a Microsoft**. In questo senso la strategia messa in atto dal vendor in Italia segue **tre linee d'azione**: in primis, **lavorare sui partner esistenti**, focalizzandosi su quelli che hanno intrapreso un percorso evolutivo in linea con ciò che richiesto da Microsoft: *"Oggi il valore della certificazione è ancora più elemento differenziante rispetto al passato"*. Da leggersi in quest'ottica, la scrematura attuata sui 170 partner focus (seguiti dal team di Vieri Chiti) oggi diventati 70; **attingere dal canale dei vendor competitor** per fare cloud in modo innovativo; **guardare con estremo interesse alle 'born in the cloud company'**, avvezze alle dinamiche moderne proprio perché nate facendo leva sui paradigmi innovativi.



Francesca Moriani, Amministratore Delegato di Var Group

Var Group sul podio mondiale

Un esempio calzante di partner allineato ed evoluto è rappresentato da **Var Group, system integrator di riferimento italiano**, fornitore di soluzioni Ict per il 'Made in Italy' (controllato da SeSa, società quotata nel segmento STAR di Borsa Italiana, ndr) – fatturato di **343 milioni di Euro, 10.000 clienti, 1.900 persone in organico** (destinate a superare le 2 mila entro l'anno) in 23 sedi in Italia e cinque all'estero (Spagna, Germania e Cina). Un **partner per la trasformazione digitale delle imprese italiane** che sta vivendo per primo la trasformazione, innovando grazie a una **crescita interna e per processi di M&A** (che aggiungono 'freschezza' al team e colmano i gap di offerta). Alla sua guida c'è **Francesca Moriani nel ruolo di AD**, al suo primo Microsoft Inspire: *“Un'esperienza molto stimolante, non solo per il premio ricevuto che ci rende molto orgogliosi, ma anche per ciò che si è creato durante l'evento: vivere certi ambienti è molto costruttivo per la contaminazione e la collaborazione che si crea tra i partecipanti”*.



La delegazione Var Group a Microsoft Inspire a Las Vegas

Un grande investimento per la realtà, **premiata come Microsoft Country Partner Of The Year per l'Italia**, che, presente a Las Vegas con un team di 14 persone (*'il premio è di tutti per cui abbiamo portato i rappresentanti di ogni linea di business'* - dice Moriani) ha vissuto intensamente la 'settimana' di Microsoft e i partner: *"Negli anni il nostro rapporto con Microsoft è molto evoluto, da opportunistico e transazionale oggi è molto più intimo e di valore: Microsoft detta le linee guida con un'offerta composita su cui noi ci innestiamo con le nostre competenze"* – afferma Moriani. *"E' veramente un bel momento per le medie aziende italiane, finora troppo ferme e la Trasformazione Digitale rappresenta un'ottima occasione da cogliere per evolvere. Il partner che sviluppa verticalizzazioni di industria come noi deve essere sempre al top nella preparazione, sviluppando un rapporto quotidiano con il vendor. Una contaminazione continua sul trovare le risposte corrette per guidare i clienti nei loro percorsi di trasformazione digitale in cui noi fungiamo da consulente. Un rapporto 'win-win' che crea valore per le parti"*.

In concreto, **Var Group ha un team di 200 persone interne dedicate a seguire l'attività Microsoft** (il team aziendale più numeroso in assoluto) con profili altamente certificati e una **divisione (Nebula) dedicata al mondo Microsoft Azure**, in cui una quindicina di persone sono focalizzate sulla proposizione di soluzioni basate su Azure. Il Digital Cloud è invece il layer di orchestrazione e interoperabilità messo a disposizione dal system integrator per la gestione dei carichi applicativi su differenti piattaforme cloud in logica hybrid cloud (con un data center a Empoli e capacità cloud in Data4).

Il **lavoro consulenziale** svolto da Var Group si declina lungo **direttrici innovative** come **Intelligenza Artificiale, Machine Learning, IoT e Industria 4.0**, nonché rivisitazione degli **Erp e sviluppo applicativo in chiave moderna**, con la **sicurezza centrale e trasversale** a molti business *"non più by design ma by default, innata nel codice di sviluppo,"* spiega Francesca Moriani.

"Quando il cliente decide di attuare una trasformazione digitale utilizzando le piattaforme cloud Microsoft sta appoggiando parte del suo business sulle nostre tecnologie. La catena quindi di 'trust' tra cliente, partner e vendor è completamente diversa da quella del passato, in cui la responsabilità del business era del cliente. Oggi l'impatto sul business della tecnologia è molto più forte per cui il rapporto tra cliente, partner e fornitore supera le logiche classiche ed evolve verso una partnership, con responsabilità e fiducia molto più condivise", interviene Santini. Ed ecco che **credibilità, affidabilità e competenze assumono una valenza ancora maggiore**: *"Lavoriamo su progetti core per il business del cliente con cui instauriamo un rapporto forte di partnership e il fatto di poter fare leva su un vendor credibile come Microsoft sicuramente aiuta"*, conclude Francesca Moriani.

A Inspire sono quindi stati **premiati i partner italiani più meritevoli**, in una logica di valorizzazione delle **eccellenze e condivisione delle best practice**. A salire sul podio **11 realtà che nel corso dell'anno hanno dimostrato eccellenza di business** e che, in linea con la visione di Microsoft, sono state in grado di rispondere alle esigenze delle aziende del territorio offrendo soluzioni efficaci. Oltre a Var Group che si è aggiudicato il titolo di Microsoft Country Partner of the Year per l'Italia e di Best Surface Partner, nell'ambito dei **Digital Transformation Champ Award** si sono distinti **4ward, Reply, Porini, Altitudo e Agic Technology**, mentre nell'ambito dei **Digital Transformation Performance Award** si sono distinti **Esprinet, Accenture, Softjam, Capgemini e Insight**.

Prodotti, programmi, incentivi

Inspire ha fatto da cornice anche all'annuncio di **nuovi prodotti, investimenti e programmi** per creare maggiori opportunità per i partner e supportarli nel proprio percorso di crescita nell'era del cloud a partire da **nuove funzionalità di Microsoft Teams** (<https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-365/blog/2019/07/11/microsoft-teams-reaches-13-million-daily-active-users-introduces-4-new-ways-for-teams-to-work-better-together/>) (a un biennio dal lancio conta 13 milioni di utenti attivi su base giornaliera e 19 milioni ogni settimana) dedicate a diversi settori, tra cui nuove soluzioni per il mondo healthcare e per i firstline worker, nonché **soluzioni a supporto dei contact center**, dell'archiviazione dati ai fini della compliance e dei provider di soluzioni cloud. Dal prossimo 1 **agosto sarà inoltre disponibile una nuova trial di Microsoft Teams** guidata dai partner, che consentirà ai Partner Microsoft 365 di offrire 6 mesi di prova inclusivi dell'esperienza integrale di Teams alle aziende clienti che utilizzano Exchange Online o che non sono ancora sul cloud. Per **Dynamics 365** ecco fare la loro comparsa Nonprofit Accelerator e due nuove integrazioni alla piattaforma rivolte ai settori automotive e finance.



Fabio Santini e Francesca Moriani all'incontro stampa

Da segnalare la disponibilità del programma **Business Applications ISV Connect** (<https://cloudblogs.microsoft.com/dynamics365/bdm/2019/07/11/accelerating-opportunities-for-isvs-with-new-programs-and-technology/>), che consente ai partners ISV di rispondere meglio alle esigenze dei clienti e la nuova soluzione **Azure Lighthouse** (<https://azure.microsoft.com/en-us/blog/how-azure-lighthouse-enables-management-at-scale-for-service-providers/>), un unico piano di comando per visualizzare e gestire Azure su larga scala, nonché il nuovo Azure Migration Program (AMP) per aiutare i clienti a velocizzare il passaggio ad Azure, attraverso tool e consigli proattivi.

Microsoft sta inoltre lanciando l'**Azure AI Accelerate Program** con l'obiettivo di aiutare i partner a sviluppare e rendere disponibili sul mercato soluzioni e funzionalità AI e in ambito Quantum Computing è ora disponibile su GitHub la versione open source del **Microsoft Quantum Development Kit**

(<https://cloudblogs.microsoft.com/quantum/2019/07/11/microsoft-quantum-oss-available-github/>), che consente agli sviluppatori di lavorare accanto a una comunità emergente di programmatori di quantum computing. Prosegue anche l'impegno dell'azienda in ambito **Cybersecurity** (<https://www.microsoft.com/security/blog/2019/07/11/microsoft-intelligent-security-alliance-welcomes-microsoft-virus-initiative/>), con l'ampliamento delle partnership nella **Microsoft Intelligent Security Association** (<https://www.microsoft.com/en-us/security/partnerships/intelligent-security-association>) (da un lato partner della Microsoft Virus Initiative specializzati in soluzioni anti-malware e dall'altro partner FIDO2 focalizzati sull'identità).

Per potenziare il programma di co-selling, da segnalare **la nuova general availability della competenza Microsoft Security, cinque specializzazioni avanzate** (includono la migrazione di Windows Server e SQL Server su Microsoft Azure, quella di database Linux e open source su Microsoft Azure, di data warehouse su Microsoft Azure, la modernizzazione di applicazioni web e Kubernetes su Microsoft Azure), nonché **nuovi modelli di pricing nel marketplace** (fatturazione SaaS mensile e annuale, opzioni di fatturazione flessibili e su misura, contratti standard e versioni SaaS in prova gratuite che possono essere successivamente convertite in contratti a pagamento), un programma fedeltà e una nuova strategia di inserimento sul mercato.

Due i nuovi progetti degni di nota in ambito formativo: la piattaforma gratuita on line **Microsoft Learn** (<https://docs.microsoft.com/it-it/learn/>), e la piattaforma informativa e di training per i rivenditori della distribuzione **Cloud Champion** (<https://www.cloudchampion.it/>) (programma gratuito offerto da Microsoft Italia e dal distributore per aiutare i partner a incrementare il business sul cloud).

“Oggi Microsoft è molto più attrattiva sul mercato grazie a un'innovazione continua a tutti i livelli, aperta a tutto l'ecosistema di partner. Cerchiamo il 'miglior canale possibile' per massimizzare tutte le opportunità create intorno a Power Platform e Power App. A tutti diamo l'opportunità di essere parte di questo disegno”, conclude Santini.