

COSTRUIRE UNA NAZIONE DIGITALE



TAVOLO DI LAVORO

**Digitalizzazione ed Ecosistemi
Digitali nel settore Energia**

DIGITAL ITALY SUMMIT 2018

Partner:



Sponsor:



In collaborazione con:



Media Partner:



Con il patrocinio di:



DIGITAL ITALY SUMMIT 2018

TAVOLO DI LAVORO

Digitalizzazione ed Ecosistemi Digitali nel settore Energia



a cura di:

Elena Vaciago
The Innovation Group

Chairperson

Ezio Viola, Amministratore Delegato,
The Innovation Group

Panelists

Giovanni Barillà, Head of "Mobile Solutions,
Productivity and Collaboration", Enel

Maurizio Brioschi, Head of Digital Enterprise
Division, Cefriel

Chiara Bogo, EUROMED Marketing Director,
Dassault Systemes Italia

Floriano Ceschi, Chief Operating Officer, AGSM
Energia

Chiara Dalla Chiesa, Head of Strategic Analysis and
Portfolio Optimization, Enel X

Angelo Gazzoni, Country Manager, Hexagon Safety
&Infrastructure

Luca Marchisio, Responsabile Strategia di Sistema,
Direzione Strategie, Sviluppo e Dispacciamento,
Terna

Il tavolo di lavoro sulla Digitalizzazione e gli Ecosistemi Digitali nel settore Energia ha permesso di evidenziare, grazie alla presenza di diversi attori di primo piano attivi in questo mercato, lo stato dell'arte con riferimento ai progetti di innovazione digitale in corso, evidenziandone alcuni trend e valori fondamentali.

AZIONI E PROGETTI IN CORSO

Durante i lavori, l'attenzione si è soffermata in particolare su:

1. Trasformazioni e digitalizzazione in corso nel settore dell'Energia
2. Come si realizza l'innovazione organizzativa e il cambiamento culturale necessario a mettere a terra le potenzialità dell'innovazione digitale?
3. Come si configura il nuovo ecosistema dell'energia a breve e medio termine? quali opportunità e sfide offrono i nuovi ecosistemi abilitati da piattaforme digitali?
4. Come si affronta la trasformazione digitale di organizzazioni complesse con infrastrutture critiche garantendo le aspettative di sicurezza, resilienza e sostenibilità necessarie?

1) Trasformazioni e digitalizzazione in corso nel settore dell'Energia

Su questo tema, è stato evidenziato come oggi il mondo dell'energia stia vivendo un periodo di forte trasformazione guidata innanzi tutto dall'evoluzione tecnologica, e quindi dalla grande riduzione dei costi associati alle tecnologie rinnovabili che sono entrate a tutti gli effetti a far parte del mix del settore elettrico. Un secondo grande driver di trasformazione sono gli obiettivi di maggiore sostenibilità ambientale nella produzione e nel consumo di energia, associati a importanti livelli di decarbonizzazione: questo trend sta di fatto portando a un incremento complessivo

dell'elettrificazione. I nuovi usi e le nuove fonti rinnovabili avranno però importanti impatti sulle reti elettriche. Da segnalare anche il fatto che – grazie alla riduzione continua del costo delle batterie – le tecnologie elettriche (pensiamo alle auto elettriche) risultano oggi molto più efficienti rispetto ad altre.

In parallelo a tutti questi cambiamenti, il settore elettrico vive le nuove sfide portate dalla digitalizzazione. Il principale impatto del digitale è la possibilità di lavorare allo sviluppo di nuovi business model. Da una parte abbiamo quindi un mondo in grande evoluzione, dall'altro lato, i nuovi bisogni dei clienti, che in ambito digitale stanno sperimentando un user experience molto nuova. Inoltre, i clienti sono oggi attenti a temi come la sostenibilità, o la riduzione del costo dell'energia. In sostanza, al centro delle nuove evoluzioni del settore energia e di un ecosistema di attori che interagiscono sempre di più tra loro, si posiziona un cliente sempre più evoluto. Tutto il resto è distribuito e serve un nuovo layer di Intelligenza (o software) per gestirlo al meglio.

2) Come si realizza l'innovazione organizzativa e il cambiamento culturale necessario a mettere a terra le potenzialità dell'innovazione digitale?

A questa domanda ha risposto Floriano Ceschi, Chief Operating Officer di AGSM Energia, presentando l'esperienza dell'azienda multiutility di Verona attiva nella gestione di servizi energetici, nel ciclo idrico e nella gestione dei rifiuti. Anche per una multiutility oggi gestire la rivoluzione offerta dalla digitalizzazione è una grande opportunità e quindi una priorità strategica del business: il problema però è come farlo.

Un primo grande cambiamento è indotto dalla pervasività del dato. Poi, servono le risorse con le giuste competenze. Una multiutility di dimensione locale difficilmente sarà attrattiva per i giovani talenti digitali, quindi servono una serie di iniziative utili allo scopo, che in sintesi possono essere:

- Avviare relazioni con università ed incubatori

tecnologici per attrarre persone, puntando a un ricambio generazionale interno via via che se ne presentano le opportunità

- Creare un ambiente che faciliti l'ulteriore crescita delle persone, ad esempio tramite contaminazione reciproca, organizzando ritrovi su base settimanale per lo scambio di informazioni ed esperienze, o per lo sviluppo di soft skill
- Essere preparati anche a gestire l'inevitabile turnover di queste risorse, ma vederlo come un fatto positivo, che innesca un ciclo di rinnovamento continuo
- Puntare ad avere un processo di cambiamento culturale verso tutte le altre persone



dell'organizzazione, organizzando momenti e attività di consapevolezza su nuove operatività più efficienti legate al digitale, e, non ultimi, pensare anche a guidare i clienti in processi che portino a ridurre le inefficienze e abilitino livelli maggiori di automazione delle attività.

3) Come si configura il nuovo ecosistema dell'energia a breve e medio termine e quali opportunità e sfide offrono i nuovi ecosistemi abilitati da piattaforme digitali?

Detto che collaborazione,

scambio di informazioni e apertura sono nel DNA delle aziende del settore energia, che sono consapevoli di appartenere a un sistema più ampio che si pone oggi obiettivi di efficienza, sostenibilità ambientale e resilienza fondamentali per la Società nel suo complesso, le iniziative di sviluppo digitale sono fondamentali per abilitare reali ecosistemi collaborativi.

Un esempio tra tutti è l'esperienza e-API Ecosystem di Enel, presentata da Maurizio Brioschi, Head of Digital Enterprise Division di Cefriel, e da Giovanni Barilla, Head of Mobile Solutions, Productivity and Collaboration di Enel.

“Quello dell'Energia è di fatto un ecosistema fisico – ha commentato Maurizio Brioschi, Cefriel – un settore in cui necessariamente si collabora tra

tanti attori. Serve quindi dotarsi di un ecosistema digitale, una piattaforma comune in cui scambiarsi in modo regolamentato i flussi informativi e sviluppare nuove relazioni di business tra soggetti diversi. Cosa è quindi un ecosistema digitale? Sotto abbiamo soggetti che vogliono conformare i propri flussi collaborativi secondo delle regole tecniche, organizzative, di business, che sono definite durante il tavolo di collaborazione. Sopra, vi accedono i player interessati a valorizzare i flussi sviluppando le proprie applicazioni. Il concetto è quindi "Andare oltre i silos" anche se questi devono esserci, rimangono per processi specifici in azienda, ma devono essere sbloccati verso ambiente di API Economy, tramite una serie di regole. Importante ragionare in termini di "Unlocking business value": deve esserci un valore da sbloccare, pensando alle "Api as a product".

Mutuato dalla fortunata esperienza della piattaforma E015 (sviluppata in occasione di Expo Milano 2015), il sistema e-API Ecosystem di Enel è partito nel 2016 dalla definizione di una strategia per tutta l'IT, poi è stata formato il business e gli aspetti di governance, mentre oggi è in fase di piena adozione e on boarding di tutti i Digital Hub in cui è organizzata l'IT. L'ecosistema digitale interno riporta tutte le applicazioni che hanno valore per il business, e ora si punta alle fasi successive, ossia all'estensione verso il business e i partner esterni.

"Alcuni concetti importanti alla base dell'ecosistema Enel sono i seguenti – ha spiegato Giovanni Barillà, Enel - si riesce a qualificare il dato già presente in silos tecnologici interni, e arricchirlo di una "carta d'identità" per utilizzarlo in un nuovo modo, più strutturato e organizzato, sia all'interno sia all'esterno dell'azienda. Il concetto delle API è quello di un involucro: il cuore è il codice già presente nei silos tecnologici, ma con un nuovo involucro può essere richiamato da parte di soggetti terzi. L'importante è che questo avvenga specificando tutto: lifecycle, terms&conditions, product owner. A differenza di prima, quando lo scambio di dati non era regolamentato, oggi abbiamo un unico marketplace comune e sappiamo chi utilizza cosa e come. Si procede poi a un continuo carotaggio alla ricerca di nuove API da esporre, per l'estrazione di ulteriore valore da tutti i progetti o silos tecnologici interni". Anche nel settore energia quindi il nuovo paradigma culturale dell'ecosistema digitale è quello di disporre di codice che diventa un prodotto, una funzionalità che esce dai silos tecnologici della singola azienda, e diventa potenzialmente un patrimonio condivisibile tra più attori. Ad esempio, l'informazione sulla presenza e sull'utilizzo di colonnine per la ricarica di auto elettriche, messa a disposizione da Enel a terze parti, può diventare un servizio sia per i produttori di Navigatori (che possono quindi informare gli utenti alla ricerca di queste colonnine) sia per la GDO (che sulle proprie App può abilitare il pagamento di servizi di ricarica).

Il percorso per sviluppare un marketplace completo non è semplice, serve formare le persone dell'IT e attuare una trasformazione culturale anche nel business, impostare linee guida e una governance interna per definire regole e processi strutturati per la produzione e la manutenzione continuativa delle API che serviranno ad esporre prodotti digitali finiti sul marketplace.

Strutturare la corretta governance dell'ecosistema (ad esempio per garantire che saranno pubblicate solo alcune API, quelle validate e non in conflitto con altre) è uno sforzo importante ma che darà i suoi ritorni nel tempo. Anche l'utilizzo delle API da parte di terze parti deve essere regolato, ad esempio, può essere previsto e formalizzato a livello contrattuale.

4) Come si affronta la trasformazione digitale di organizzazioni complesse con infrastrutture critiche garantendo le aspettative di sicurezza, resilienza e sostenibilità necessarie?

Oggi sappiamo che realizzare un SafeCity, oltre che una Smart City, è possibile solo se condivido informazioni tra i diversi attori. Diventa quindi fondamentale dotarsi a tutti i livelli di tecnologie che abilitino early warning e capacità di risposta efficace.



Immaginiamo soluzioni catastrofiche come alluvioni o attacchi terroristici: se si vogliono evitare effetti a catena e una "Disruption" che attraversi le diverse infrastrutture, serve mettere a sistema una serie di informazioni oltre che risorse dedicate e formate nel fornire una risposta efficace. Avere una visione d'insieme e capacità intelligence, per dislocare bene le risorse sfruttando tecnologie e modelli operativi consolidati, è essenziale per garantire la resilienza al Paese.

INDICAZIONI EMERSE

Dal Tavolo di lavoro sono emerse anche un primo insieme di proposte da portare all'attenzione dei diversi stakeholders dell'innovazione digitale. Di seguito l'elenco in sintesi:

1. Il settore elettrico è un mondo attraversato da numerosi trend di trasformazione, in cui il ruolo fondamentale giocato dall'innovazione digitale è quello di abilitare nuovi business model; una nuova relazione con i clienti che sfrutta una user experience molto più avanzata e che in sostanza pone al centro il cliente; la possibilità di realizzare nuovi ecosistemi digitali che abilitano un'evoluzione delle relazioni tra i diversi attori e la possibilità di "sbloccare valore" senza inventarsi molto di nuovo, semplicemente partendo da

soluzioni e dati (silos tecnologici) già oggi presenti nelle aziende.

2. Le competenze, i talenti digitali, una cultura favorevole all'innovazione digitale sono elementi che non possono essere messi in secondo piano, perché rappresentano un Building Block fondamentale per abilitare i passaggi verso una progressiva digitalizzazione.
3. Cultura digitale significa avere una diversa "cultura del dato", che diventa elemento imprescindibile, pervasivo, fondante. Questo passaggio deve coinvolgere tutte le persone dell'organizzazione: anche nello sviluppo di una piattaforma digitale orientata ad alimentare ecosistemi digitali esterni, il coinvolgimento delle persone del business è fondamentale, perché solo loro – molto più che non l'IT – a capire quali possono essere le conseguenze di una maggiore apertura e condivisione di informazioni sia all'interno sia all'esterno dell'organizzazione.
4. La trasformazione in corso non può prescindere da un'analisi continuativa delle esigenze di "messa in sicurezza" delle nuove infrastrutture digitali che andranno a costituire parti importanti di tutta una serie di risorse, dislocate in tutto il territorio e tra loro connesse, da cui dipende la resilienza futura dell'intero Paese.

