



Le tecnologie digitali supportano la nuova fase B2C dell'azienda multinazionale, per rivolgersi direttamente alla clientela della fascia alta di gamma, con prodotti e servizi innovativi e smart

## Pirelli, con Atlassian si sviluppano strategie digitali innovative verso il mercato consumer

*Federico Gabriele, ICT Project Manager: "L'innovazione digitale il pneumatico diventa intelligente".*

### L'azienda

Pirelli è una delle più famose industrie italiane, fondata nel 1872. Tra i principali produttori mondiali di pneumatici, la sua produzione si concentra sul segmento Consumer, dove, grazie al suo posizionamento distintivo sull'alto di gamma, detiene posizioni di leadership a livello internazionale nelle fasce di mercato Premium e Prestige. Attraverso partnership con le più prestigiose case auto, Pirelli dispone di un portafoglio di omologazioni unico nell'industry: oltre 1.900 pneumatici che si adattano alla personalità di ogni vettura, progettati e testati per una guida perfetta.

Presente in 13 paesi con 19 stabilimenti, il gruppo ha un'ampia presenza commerciale (oltre 160 paesi) equamente distribuita tra mercati maturi ed emergenti.

Con un portafoglio di circa 5.000 brevetti, il suo principale centro di Ricerca&Sviluppo è situato in Italia, presso l'headquarter del gruppo a Milano, oltre a 10 centri applicativi nel mondo che impiegano complessivamente circa 1.400 ricercatori di cui 400 a Milano.

### L'idea in breve

Le strategie digitali in Pirelli – ambito commerciale - nascono dall'esigenza di diversificare il proprio business B2B, tradizionale e consolidato, per arrivare al mercato B2C e raggiungere direttamente il cliente finale della fascia alta (Ferrari, Lamborghini...) con nuovi prodotti e servizi, ad alta marginalità. A breve saranno infatti disponibili in commercio pneumatici con caratteristiche innovativi nell'estetica (ad esempio il colore), nelle prestazioni, dotate di sensori che ne analizzano l'utilizzo per favorire la manutenzione e forniscono le informazioni sul consumo. I rapporti con i clienti finali, in tutto il mondo, saranno gestiti attraverso un Hub che centralizza lo scambio di informazioni e la comunicazione.



## Il team Digital

I progetti di innovazione digitale in azienda hanno investito sia la produzione, nelle logiche dell'Industria 4.0, sia la fase di commercializzazione, per raggiungere e comunicare con la clientela finale della fascia alta di gamma.

A supporto del team Digital, Pirelli ha adottato le soluzioni Atlassian. JIRA e Confluence sono stati scelti come tool a supporto della gestione dei progetti di innovazione. La presenza di team distribuiti e la necessità di portare tutti gli attori interni ed esterni a lavorare su una base comune di informazioni ha fatto sì che i tool di Atlassian siano diventati il "centro dell'operatività".

I tool di Atlassian aiutano i diversi team ad avere un unico punto dove gestire la parte "informativa" dei progetti (su Confluence) dove possono scrivere documentazione, requisiti e mockup di quanto stanno realizzando. Terminata questa prima parte, l'operatività si sposta su JIRA, per la gestione delle attività che insieme concorrono alla realizzazione vera e propria del progetto, assegnando attività alle persone e monitorando in real time lo stato di avanzamento progetto.

## I benefici

Adottando la logica delle start up, basata su flessibilità, innovazione, capacità di dare risposte e di arrivare al mercato su tempi brevi, è emersa l'esigenza di una piattaforma che potesse supportare una diversa organizzazione del lavoro, basata su team delocalizzati, che possano interagire in modo continuativo, per lo sviluppo di nuovi prodotti e servizi.

La risposta, individuata sul mercato e implementata in Pirelli, è stata la piattaforma Atlassian, che favorisce la diffusione delle informazioni, la condivisioni di soluzioni e strumenti, la tenuta di un diario di bordo a cui possono collaborare le centinaia di persone, distribuite in sedi diverse, che lavorano al progetto.

I vantaggi della soluzione individuata si sono già concretizzati: le attività dei team sono iniziate in maniera strutturata ad inizio del 2017. I primi prodotti e servizi saranno disponibili sul mercato ad autunno 2017.