

+1000

il numero di clienti
di Altea Federation

12,4%

tasso di omnicità
dei progetti

30

i Paesi nel mondo in cui
Altea Federation lavora

L'ECCELLENZA DEL SERVIZIO

“People don't buy what you do,
they buy why you do it”

Simon Sinek - How great leaders inspire action
September 2009 at TEDxPuget Sound



3.1 Attenzione e soluzioni innovative per il Cliente

Il cliente è sempre al centro;

per Altea Federation costituisce uno stakeholder fondamentale: una relazione di continuo scambio è alla base dello sviluppo, crescita e continua specializzazione dei servizi offerti dal Gruppo di consulenza.

Le 10 società sono complementari e offrono soluzioni di Innovazione e Business Transformation a 360°: le migliori tecnologie trasformatrice, strumenti di riorganizzazione dei processi e nuovi modelli organizzativi, in risposta alle sempre più mutevoli esigenze delle aziende e dei mercati.

La mission di Altea Federation è accompagnare le aziende nei percorsi di crescita e cambiamento e nel compierla tutti gli A-People giocano un ruolo di primo piano.

La soddisfazione del cliente è l'obiettivo primario; andare oltre le sue aspettative è il desiderata di ogni team di progetto.

La promozione di buone pratiche di comportamento è veicolata attraverso il Codice Etico, che definisce criteri di condotta condivisi da tutti gli A-People, a tutela del rapporto con i clienti.



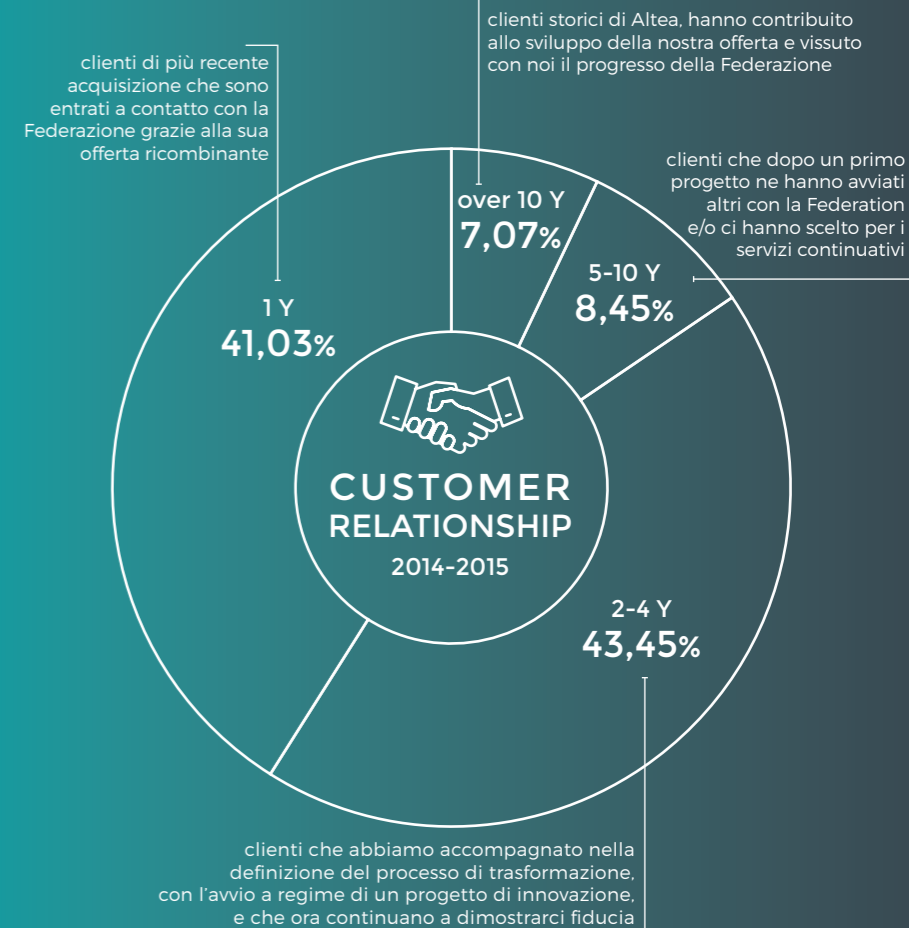
3.1.1 LA RELAZIONE CON IL CLIENTE

Il valore espresso dalle persone di Altea Federation e la qualità e innovazione dell'offerta si riflettono nella relazione instaurata con i clienti, coltivata e rafforzata ogni giorno.

7%
dei clienti è con Altea,
la capogruppo, da oltre 10 anni.

43,45%
dei clienti collabora con
Altea Federation da almeno 3 anni.

Questi dati parlano del rapporto di fiducia instaurato: sono simbolo di una partnership solida che prosegue negli anni, parte attiva nella definizione delle strategie di innovazione e crescita dei clienti. E sono anche simbolo della continuità progettuale: viviamo una sempre maggiore contrazione dei tempi di progetto, adottando procedure organizzative più agili e preferendo avanzare per prototipazione. In questo modo è possibile offrire ai clienti soluzioni davvero scalabili e dedicare risorse aggiuntive allo sviluppo di nuove opportunità.



Il modello olonico è concreto

Altea Federation configura il proprio modello organizzativo come un sistema olonico attraverso cui le aziende del Gruppo, ognuna con una propria autonomia, esprimono competenza distintiva nel perimetro in cui operano.

Le company agiscono in modo integrato ed organico: combinando e ricombinando competenze tecnologiche cross-platform e conoscenze di mercato è possibile proporre ai clienti soluzioni che si adattino sempre di più alle loro specifiche esigenze.

La sinergia è l'elemento di successo: l'innovazione ricombinante è vincente, con risultati misurabili.

Il numero di clienti di Altea Federation è in costante aumento, superando oggi le 1.000 unità e registrando un +5% rispetto al 2015.

Il tasso di olonità dei progetti è del 12,4%: questo dato rappresenta il numero di clienti che hanno scelto più di una società del Gruppo Altea Federation per dare vita ai loro progetti di evoluzione.

Il mercato di Altea Federation

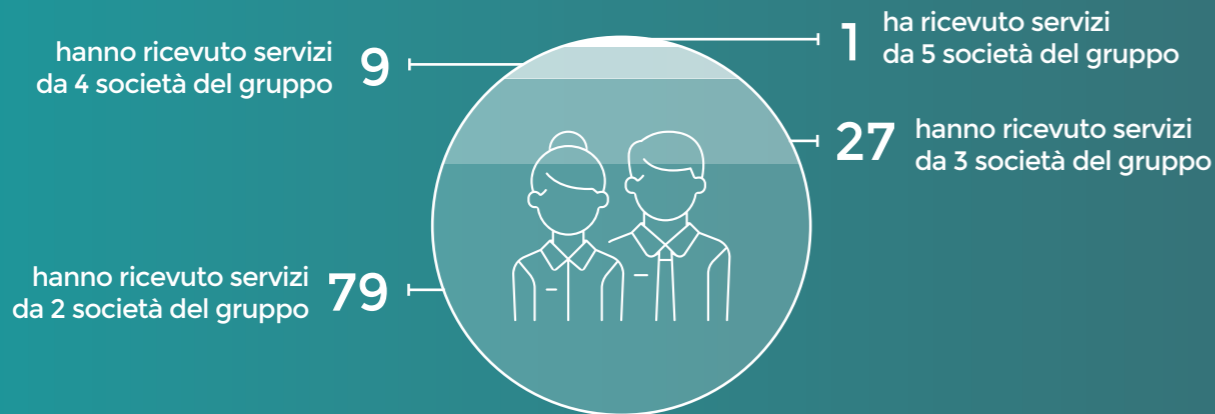
I clienti di Altea Federation sono per la grande maggioranza imprese private (e si conferma una presenza limitata nel settore pubblico).

Appartengono prevalentemente al settore manifatturiero, primo mercato per fatturato generato dai progetti di consulenza e innovazione (67,51% del fatturato totale e oltre 670 clienti).

Altro settore di importanza non trascurabile è quello dei servizi (20,75% del fatturato e 328 clienti), seguito dagli altri settori industriali.

In termini di fatturato, i primi 20 clienti concorrono al 35% del risultato aggregato della Federation.

CLIENTI OLONICI 2016



FATTURATO PER SETTORE



I clienti sono da sempre localizzati per lo più sul territorio italiano: il 95% del fatturato 2016 è stato generato in Italia e principalmente in Lombardia, Emilia Romagna e Piemonte (rispettivamente il 46%, 21% e 13% del fatturato Italia), dato coerente con la dislocazione delle principali sedi del Gruppo.

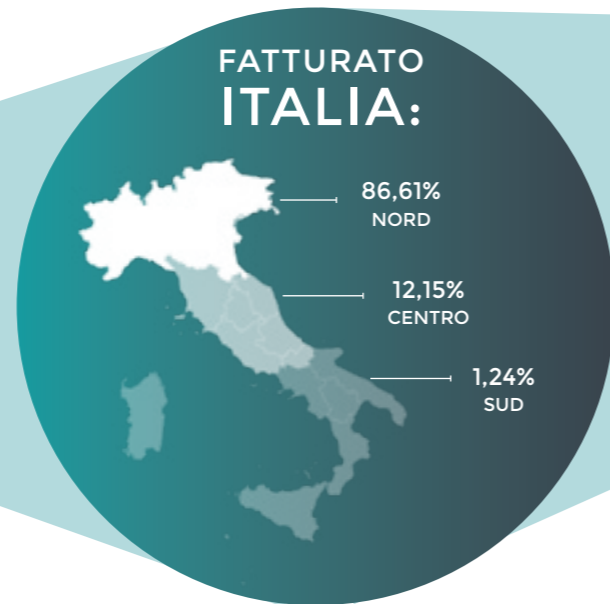
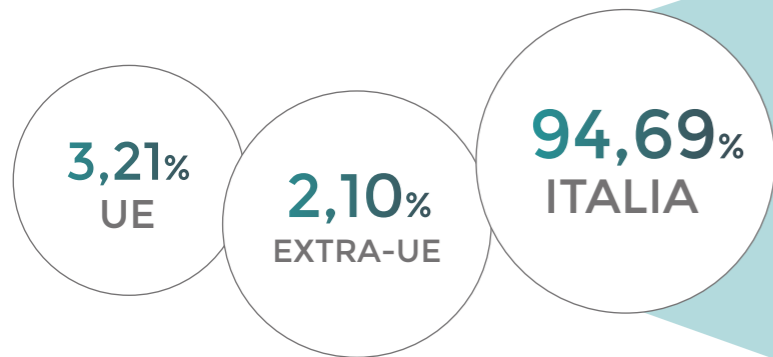
La strategia di crescita di molti clienti ha visto però negli anni l'apertura di siti all'estero, con la necessità di seguirli in progetti di roll-out in tutto il mondo (30 Paesi).

Il fatturato generato su Clienti esteri nel 2016 è stato di poco superiore al 5% del fatturato globale.

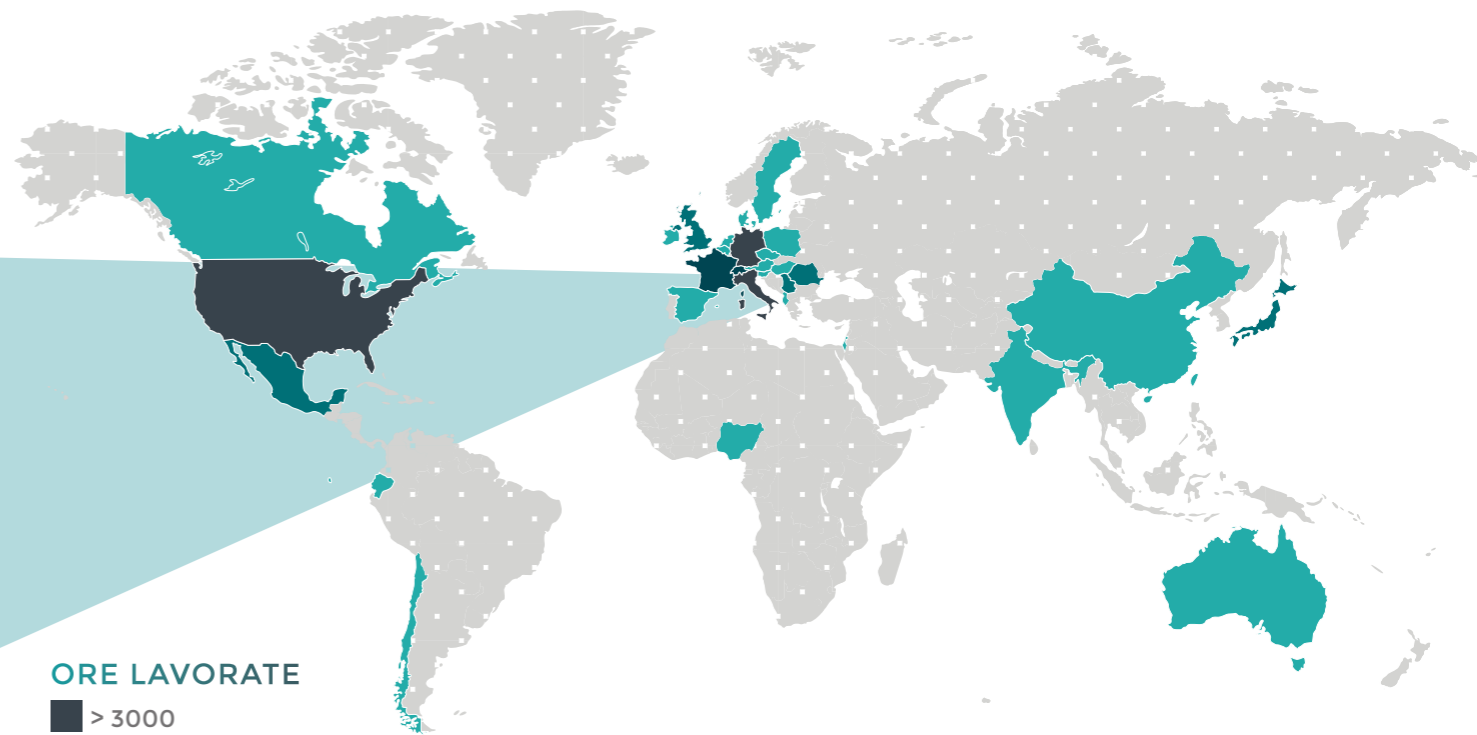


17.231 ore di consulenza (2.154 giorni) sono state erogate all'estero nel corso del 2016, non solo all'interno dell'Unione Europea (il 63,4% del monte ore) ma anche in territori extra europei (per il 36,6% del tempo).

FATTURATO TOTALE



Altea Federation nel mondo



“ Siamo immersi nell'innovazione e siamo chiamati a governarla per i nostri clienti. ”

Andrea Ruscica

Innovare, crescere e differenziarsi come **abilitatori della trasformazione**, veicolando le tecnologie e le metodologie organizzative che meglio supportano le strategie evolutive dei clienti. Questo l'obiettivo di Altea Federation e la motivazione del board ad avviare percorsi di crescita delle **competenze digitali** degli A-People e ampliare i servizi offerti.

La tecnologia è motore di ogni cambiamento e oggi offre potenzialità di crescita esponenziale. Affiancare ai sistemi transazionali più tradizionali (ERP e CRM) nuove soluzioni trasformatrici (basate su AI, IOT, Realtà Aumentata) può davvero accelerare il business delle aziende.

Altea Federation crede nell'*adiacente possibile*, quello spazio di esplorazione che porta alla nascita di nuove idee, soluzioni, servizi che migliorano le performance delle aziende.

Essere una federazione di aziende complementari e specialistiche facilita il percorso di innovazione che spesso diventa **"ricombinante"**, cioè conoscenze e expertise diffuse in tutta la rete vengono combinate e ricombinate con creatività e proattività, per anticipare le richieste del mercato.

Nel modello olonico virtuale di Altea Federation "il tutto è maggiore della somma delle sue parti" - le competenze, le esperienze e l'offerta- e ciascuno ha "doppia cittadinanza" - ogni persona appartiene a un'organizzazione «locale» e contemporaneamente a un sistema complesso, la Federazione.

Fare innovazione per Altea Federation significa quindi cogliere nuove possibilità, partendo anche dall'offerta dei vendor, leader internazionali con vision di crescita per il futuro delle organizzazioni e delle persone, immerse nella trasformazione.

Il cambiamento infatti non è solo tecnologico, ma anche culturale e nel prossimo decennio il rapporto **Human-to-Machine** evolverà in una vera partnership: competenze insostituibili dell'uomo, come **passione, creatività e auto-imprenditorialità**, saranno enfatizzate dalle capacità esponenziali delle macchine, in termini di velocità, automazione ed efficienza.

La produttività che ne scaturirà darà vita a nuove opportunità all'interno di settori di mercato e ruoli lavorativi.

Nuove società nella Federazione:

2016



Partner nei processi di Digital Transformation



Dedicate alle soluzioni SAP per il business



Specializzata in servizi continuativi e progettazione di infrastrutture ICTP

2017



Consulenza manageriale e direzionale per progetti di digitalizzazione e innovazione



Offre soluzioni Cloud per gestione di tutti i processi di Human Resources



Digital System Integrator

Ricerca:



partecipazione al consorzio Dhitech, operante nel settore della Ricerca Applicata, del trasferimento tecnologico e dell'alta formazione



partecipazione in EKA S.r.l, spin-off dell'Università del Salento, polo di eccellenza sulle tematiche legate al processo di sviluppo del prodotto e miglioramento dei processi aziendali

3.1.3 QUALITA' E GESTIONE RESPONSABILE

Altea Federation offre servizi di consulenza, pertanto si confronta ogni giorno con l'assoluta intangibilità del proprio operato, almeno per tutta la durata del progetto e fino a quando il cliente non abbia la possibilità di verificare realmente i benefici ottenuti.

La differenza la fanno le persone, gli A-People, perché sono loro ogni giorno al fianco del cliente e a loro viene richiesto un continuo miglioramento delle performance verso l'eccellenza del servizio.

Fare **qualità** per Altea Federation significa quindi non solo migliorare i servizi e l'offerta, ma soprattutto favorire condizioni di benessere per dipendenti e collaboratori, valorizzando le loro competenze e motivandoli a dare sempre di più.

La soddisfazione del cliente misura quindi la qualità espressa nell'erogare il servizio e nel rapporto instaurato.

Il 2016 è stato un anno importante, e al tempo impegnativo, a testimonianza dell'impegno continuo di Altea Federation verso l'eccellenza de servizio e una gestione responsabile delle attività progettuali.

Il progetto QualityFed

E' stato avviato l'aggiornamento e ampliamento del Sistema Gestione Qualità di Federation: un nuovo modo per condividere valori, strumenti e procedure.

Il Sistema Gestione Qualità è stato completamente rivisto in funzione dei nuovi assetti societari e della nuova versione della norma di riferimento: la UNI EN ISO 9001:2015.



I servizi operativi e le relative modalità di erogazione e controllo sono confluiti nelle diverse Società: Altea UP, Alternà, Altea IN e Altea 365.

L'oggetto e l'ambito della certificazione di Altea è stato interamente rinnovato coerentemente con il ruolo di holding assunto dalla capogruppo, le cui attività "core" sono i servizi di staff a supporto delle altre società della Federazione. In tale contesto non è stato possibile attivare l'indagine di customer satisfaction prevista.

La stessa procedura di Sistema che definisce le modalità di valutazione della customer satisfaction è in fase di aggiornamento: il modello "Servqual" di Parasuraman, lo strumento di indagine individuato sino al 2016 per monitorare la soddisfazione dei clienti rispetto alle loro aspettative, necessita una rivisitazione in funzione della nuova struttura delle Società e dei servizi erogati.

Il monitoraggio e la valutazione della Customer Satisfaction sono stati posticipati, in via eccezionale, al 2017.

Con il nuovo anno inoltre, saranno attivate azioni di monitoraggio specifiche per i progetti, con la supervisione del nuovo Chief Customer Officer di Altea Federation.



3.2 Servizi certificati e riconoscimenti professionali

Altea Federation opera al fianco dei Vendor e con questi ultimi sviluppa competenze specializzate per ambito di intervento. Il livello di partnership raggiunto testimonia l'impegno di tutte le persone coinvolte.



AZIENDA	SERVIZI CERTIFICATI	RICONOSCIMENTI PROFESSIONALI
Altea UP	<ul style="list-style-type: none"> SAP Gold VAR Value Added Reseller Partner Certificato SAP PCoE – <i>Partner Center of Expertise</i> 	Membro del SAP PARTNER EXCELLENCE CIRCLE, la Community esclusiva dei partner SAP a livello mondiale che si sono distinti durante l'anno per aver raggiunto ottime performance legate ai progetti svolti presso i propri clienti.



AZIENDA	SERVIZI CERTIFICATI	RICONOSCIMENTI PROFESSIONALI
Alterna	<ul style="list-style-type: none"> Gold Enterprise Resource Planning Gold Data Analytics Gold Customer Relationship Management Gold Cloud Platform Gold Collaboration and Content Gold Cloud Productivity Gold Small and Midmarket Cloud Solutions Silver Data Platform Silver Application Development Silver Midmarket Solution Provider 	Membro del President's Club 2016 For Microsoft Dynamics



AZIENDA	RICONOSCIMENTI PROFESSIONALI
Altea IN	<ul style="list-style-type: none"> Inserita tra i TOP INFOR PARTNER a livello mondiale



AZIENDA	RICONOSCIMENTI PROFESSIONALI
PLM Systems	<ul style="list-style-type: none"> Partner certificato



AZIENDA	RICONOSCIMENTI PROFESSIONALI
PLM Systems	<ul style="list-style-type: none"> Partner certificato

3.3 Engagement e Energy: comunicazione ed eventi

L'Enablement Team è responsabile della comunicazione corporate per tutto il Gruppo, promuovendo azioni specifiche per il brand Altea Federation; collabora inoltre con le funzioni marketing delle singole company per supportarle nella realizzazione delle campagne e amplificare la portata delle iniziative.

Il 2016 è stato un anno di consolidamento e l'attenzione al brand e al racconto di esperienze e risultati ha fatto nascere molte occasioni di comunicazione rivolte al mercato e agli stakeholder.

Il primo canale di comunicazione sono sempre le Persone, gli A-People, che veicolano in modo soggettivo l'immagine di Altea Federation, allineati ai valori e legati da una comune cultura d'impresa.

I canali digitali sono la seconda espressione di Altea Federation e veicolo immediato del brand:



on line da giugno 2016 il sito alteafederation.it, con una nuova veste grafica e pagine di presentazione del gruppo, oltre a notizie ed eventi;



i social network estensione dei siti web per allargare l'orizzonte delle iniziative di comunicazione, favorendo la crescita di community esterne.

Gli eventi sono il momento di congiunzione, anello fondamentale tra le campagne digitali e l'esperienza vissuta in prima persona: qui l'aspetto emozionale gioca un ruolo fondamentale.

comunicazione ed eventi

Altre iniziative importanti per la brand awareness:

Ufficio stampa e Media relation

Più di 30 le notizie e i comunicati stampa diffusi nel 2016

Leisure Event

Cene aziendali e tornei sportivi sono stati promossi dall'Enablement Team coinvolgendo clienti, partner e prospect

Seminari e Business Event

15 gli incontri organizzati dalle company, per promuovere le innovazioni tecnologiche e di offerta, verso i clienti e il mercato

Bilancio di Sostenibilità

Racconta in un sol momento la vita dell'intera federazione e dimostra l'impegno verso la Corporate Social Responsibility

Riviste specializzate

Collaborazione con DataManager, con una Cover Story
Intervista a Andrea Ruscica e oltre a una ventina di uscite redazionali sugli argomenti di business.
Altre iniziative sono state trattate sulle riviste della casa editrice Este

Corporate Merchandising

Sempre molto apprezzati dai clienti, i gift aziendali legano al brand e richiamano l'immagine di Altea Federation e diventano segno di appartenenza alla community



Social Experience



FACEBOOK

Le due pagine Facebook, Altea Federation e AlteaFedSocial, raccontano la quotidianità del Gruppo, sia sul fronte innovazione sia su aspetti di interesse sociale.

Il numero di fan continua a crescere, registrando un aumento del **25%**.

I post pubblicati sulle pagine hanno totalizzato **190.255** visualizzazioni, con una media di **521** visualizzazioni giornaliere.



TWITTER

È il canale social più live, scelto soprattutto per l'immediatezza della comunicazione.

Altea Federation utilizza questo social per lo più in occasione di eventi, raccontando i diretti momenti salienti.

LINKEDIN

È il canale di comunicazione più business, rivolto ai professionisti del settore e al mercato.

Il numero di follower è salito a **2.839**



YOU TUBE

26.981 minuti di visualizzazione sono stati totalizzati dai video del canale Altea Federation.

GOOGLE +

La strategia di posizionamento sui motori di ricerca passa anche dai social e Google+ rappresenta sicuramente un importante volano per le notizie di Altea Federation.



Social Audience

I principali «picchi di ascolto» della social community di Facebook
E i post più popolari

