

MA QUANTO È "UTILE" IL GIS?

Leggo testualmente dal Dizionario della lingua inglese: "Utility: utilità (sost. femm.)" ma anche "Utility: servizi di Pubblica Utilità: luce, gas, acqua, trasporti". E' chiaro che chi non sa l'inglese può anche fare confusione: a chi di noi italiani, infatti, verrebbe mai in mente di associare il concetto di utilità con qualcosa che ha anche solo lontanamente a che fare con il settore dei servizi pubblici? Confesso quindi che ci ho messo un po' di tempo a capire che quando si parlava di "utility" si intendeva, per analogia, parlare di reti tecnologiche: gas ed elettricità ma anche acque, fognie, strade e così via (non a caso si parla di aziende "multi-utility" per indicare quelle aziende che gestiscono la distribuzione di più servizi).

Il più delle volte, però, si tende a identificare la cosiddetta "utility industry" con i servizi di trasporto e distribuzione di energia, non fosse altro perché questo settore - oltre a essere il più interessato da forti fenomeni di cambiamento - è anche quello che muove più quattrini e quindi quello di cui si sente parlare più spesso.

E' un dato di fatto che questo segmento dell'economia è quello in cui si sono verificati i più grandi cambiamenti negli ultimi anni e questo è vero anche in un Paese come l'Italia, dove certe volte si ha

l'impressione che le cose non debbano cambiare mai. In realtà, il processo di "deregulation" e di liberalizzazione dei servizi di trasporto e distribuzione dell'energia (processo che investe l'intera Europa e non solo l'Italia) inizia a far sentire i suoi effetti.

Il primo di questi effetti è che le aziende del settore hanno scoperto il mercato e - con l'abbattimento delle barriere monopolistiche - hanno capito che per sopravvivere in un contesto altamente dinamico e competitivo è necessario imparare a produrre meglio i propri servizi. Per realizzare questo, oltre a fare investimenti diretti sullo stato della rete, si cerca di gestire meglio la manutenzione ordinaria e straordinaria, si utilizzano strumenti innovativi per l'analisi del mercato potenziale, si implementano nuove soluzioni organizzative per ottimizzare i costi interni. In breve: si ricorre a un utilizzo sempre più ampio e intensivo delle tecnologie di gestione dell'informazione per migliorare le proprie performances di business; e questo accade anche in quegli ambiti - come per esempio l'ufficio tecnico - dove una volta l'informatica non entrava affatto. Ed ecco quindi che il discorso si sposta sull'utilizzo, nelle aziende di "utility", di strumenti GIS/CAD, tipicamente "geospatial".

Il caso della Southern Company

Esiste una vasta letteratura di case-histories che illustrano molto bene come, nelle "utility" d'oltre oceano, si tenda a utilizzare con una certa intensità gli strumenti di informatica geo-spaziale per operare una gestione a tutto campo dei dati e delle informazioni di business.

Mi limiterò a citare il caso della americana Southern Company, una fra le più grandi società del settore dell'energia presenti nel sud-est degli Stati Uniti, che rappresenta quasi un paradigma della corretta e completa applicazione delle tecnologie GIS. Basti pensare che Southern Company è una multi-utility presente nel settore della distribuzione dell'elettricità con cinque diverse aziende che operano in Alabama, Mississippi, Georgia e Florida, ma possiede anche una centrale di produzione di energia nucleare e opera nel settore del gas naturale, delle fibre ottiche e della comunicazione wireless. Il tutto all'insegna della assoluta geo-referenziazione dei dati di business: i sistemi "geospatial" vengono intensamente utilizzati per il controllo e la messa in sicurezza della rete, per la pianificazione degli interventi di manutenzione, per la gestione del dispacciamento, per la gestione



Giovanni Maria Casserà
Ceo di Gesp

La geo-referenziazione è molto utilizzata nelle multi-utility d'oltre oceano, da noi solo nelle grandi realtà

delle squadre di lavoro sul territorio e altro ancora. Da quanto sono riuscito a capire sembra che manager e tecnici di quell'azienda non vadano neanche alla toilette senza un apparato GPS e si dice inoltre che passino il tempo ad aggiornare e interrogare enormi geodatabase, sfruttando al massimo le varie funzionalità di analisi della rete, utilizzando algoritmi di connettività e di individuazione dei percorsi minimi, implementando funzionalità di segmentazione dinamica, di buffering e altro.

Le utility in Italia

Del resto, lo dicevamo prima, per gli americani tutto è più facile: loro con una sola parola, "utility" (dimostrando peraltro di avere una significativa considerazione per il comparto dei servizi pubblici), indicano con chiarezza e semplicità un intero settore che >>



Giovanni Maria Casserà

MA QUANTO È "UTILE" IL GIS?

>> per noi europei è invece - a volte - molto complicato.

Va detto, comunque, che le reti tecnologiche italiane sono per molti aspetti diverse e più complesse di quelle americane, che sono servite di riferimento per la maggior parte degli applicativi "standard" offerti sul mercato. Questo non significa - evidentemente - che ogni utente deve sempre ricominciare da capo; infatti il grosso del lavoro in un'applicazione geospatial orientata alla gestione reti non è nella scrittura di programmi, ma nelle attività di analisi e progettazione, che sono uniche per ciascun utente; per quanto riguarda lo sviluppo, poi, l'attuale tecnologia mette a disposizione una quantità di strumenti (in questo caso standard e pertanto replicabili) estremamente raffinati e completi. Del resto in Italia non mancano esempi "nostrani" di eccellenza anche in questo settore.

A questo punto non mi resta che ammettere il mio provincialismo esterofilo (tipico, credo, di molti manager dell'It nazionale) e riconoscere che una cosa è citare la Southern Company che opera in Alabama e Georgia, e un'altra cosa è citare l'Azienda Municipalizzata multi-servizi di Roccacannuccia. Comunque - toponimi a parte - nel nostro Paese si fa oggettivamente un ricorso ancora scarso all'introduzione di soluzioni "geospatial" nelle aziende del comparto "utility" e questo è sostanzialmente spiacevole data la

struttura, per certi versi ancora in evoluzione, del mercato in cui questi soggetti operano.

Ricordo di aver letto qualche tempo fa, in una ricerca di mercato, che il settore dell'energia (elettricità e gas) in Italia rappresenta una realtà molto significativa con un valore della produzione annua pari a oltre 45 miliardi di euro di cui circa 30 miliardi per il solo settore dell'elettricità e 15 per il gas. Si tratta indubbiamente di molti quattrini che vengono distribuiti su una filiera di operatori piuttosto articolata e complessa. Per quello che riguarda il solo settore dell'elettricità, oltre a Enel Produzione (che detiene una quota di mercato intorno al 45%) operano sul mercato oltre duecento altri operatori fra produttori principali e grossisti/distributori che si spartiscono il restante 55%. Molti di questi operatori sono rappresentati da aziende di distribuzione locale e da operatori di medio-piccole dimensioni.

Il GIS e il gas

Diversa, e per certi versi più complessa ancora, la situazione per quello che riguarda il settore del gas dove, oltre alla presenza di Eni Gas & Power (con una quota di mercato largamente maggioritaria, pari a oltre il 60%), sono presenti circa un migliaio fra società di vendita e distribuzione.

Dato questo contesto competitivo e data quindi la forte presenza di operatori di pic-

cole dimensioni, l'utilizzo che si fa dell'informatica presso le aziende italiane del settore è oggi ancora relegato, per lo più, alle "classiche" applicazioni di It: software gestionali, Crm/Erp, billing e poco altro. Si ritiene insomma - a torto o a ragione - che l'introduzione di diavolerie come i GIS o, più in generale, l'uso di applicazioni "geospatial", sia un affare riservato alle grandi aziende del settore che hanno notoriamente più tempo e più quattrini da spendere. Non a caso le aziende che da sempre utilizzano con intensità le soluzioni GIS in Italia sono le grandi aziende come Snam Rete Gas e Enel Terna che hanno digitalizzato, georeferenziato e informatizzato ogni particolare impiantistico della loro rete e lo gestiscono attraverso strumenti software a volte anche molto sofisticati.

E' evidente però che aziende come Snam Rete Gas e Enel Terna operano in un contesto diverso rispetto alle "local utilities": i primi sono infatti operatori che garantiscono il trasporto di energia su scala nazionale (per la verità anche internazionale), mentre i secondi sono invece operatori locali che si occupano di distribuire l'energia a un bacino di utenza a scala più ridotta e che "entrano nelle case" dei clienti finali.

Il segmento delle "local utilities" ha iniziato da meno tempo a utilizzare l'It come uno strumento di crescita e guarda ancora con una certa diffidenza al settore delle so-

luzioni geospatial. Il problema però è sostanzialmente culturale: gli ambiti di miglioramento e razionalizzazione ci sono e sono anche molto ampi. Basta pensare al fatto che la maggior parte delle attività istituzionali delle aziende di servizi avviene sul territorio: le fasi di progettazione, costruzione ed esercizio, lo studio di estensione della rete, l'approvazione degli investimenti hanno infatti nella cartografia lo strumento fondamentale per la localizzazione degli impianti, per l'individuazione di vincoli urbanistici, archeologici, ambientali, per una corretta manutenzione degli impianti. Inoltre, in un mercato regolamentato come quello della distribuzione dell'energia è evidente che i margini di efficienza degli operatori locali derivano dalla capacità di ridurre gli interventi di manutenzione straordinaria a tutto vantaggio della manutenzione ordinaria (di per sé maggiormente gestibile a bilancio) e per arrivare a questo obiettivo non si può prescindere dalla analisi e rappresentazione geografica della rete. Insomma: l'applicazione di tecnologie geospatial nel settore delle reti è ancora abbastanza basso e, a parere di chi scrive, è proprio questo a renderlo particolarmente interessante dal punto di vista imprenditoriale. Vedremo se si tratta effettivamente - come molti osservatori tendono a credere - di un mercato veramente promettente. **DM**