

Aiutare i tifosi ad essere sempre più vicini all'azione dentro e fuori dal campo.

Come FC Internazionale Milano utilizza i data center e i PC Lenovo per ottimizzare le campagne di marketing digitali, promuovere l'innovazione, guidare iniziative smart per coinvolgere i fan e migliorare l'analisi post partita.

Lenovo Infrastructure Solutions
for The Data-Centered

Lenovo

1

Contesto

Fondata nel 1908, FC Internazionale Milano è conosciuta a livello mondiale come una delle squadre di calcio di maggior successo. Nel corso dei suoi 113 anni di storia, il club ha collezionato ben 19 scudetti italiani, 7 Coppe Italia, 5 Supercoppe italiane, 3 Coppe UEFA, 2 Coppe dei Campioni, 1 UEFA Champions League, 2 Coppe Intercontinentali e 1 FIFA Club World Cup.

Oltre ad avere un ampio numero di supporter in tutta Italia, l'Inter ha tifosi in tutto il mondo. Facendo leva sulla forte presenza a livello internazionale per realizzare un cambiamento positivo, l'Inter supporta iniziative educative legate al calcio in oltre 29 paesi attraverso il programma Inter Campus. L'Inter continua ad espandere la propria presenza in tutti i mercati globali e allo stesso tempo il club desidera offrire esperienze memorabili ai propri tifosi e far appassionare quante più persone possibile al meraviglioso gioco del calcio.

2

La Sfida

Il calcio è uno degli sport più popolari del pianeta. Secondo la FIFA, la Coppa del Mondo 2018 è stata vista da oltre 3,5 miliardi di persone. Per l'Inter, una delle squadre più celebri e con il più ampio numero di tifosi, sostenere i livelli di entusiasmo e coinvolgimento dei fan nei giorni in cui si svolgono le partite è una priorità assoluta per l'intera stagione.

Lorenzo Antognoli, Head of IS all'Inter, commenta: “Negli ultimi decenni, il numero di tifosi che interagisce con le squadre di calcio preferite online e tramite i dispositivi mobili è salito alle stelle. Offrire ai propri supporter contenuti personalizzati al momento giusto, attraverso il touch point preferito, è essenziale per rafforzare la passione e la fedeltà dei nostri tifosi e far crescere la nostra fan base. Quando l'Italia e molti altri paesi sono entrati in lockdown in risposta alla pandemia di COVID-19, con molte partite di calcio cancellate, aumentare il coinvolgimento dei fan digitali è diventato il nostro obiettivo principale”.

Con milioni di sostenitori in tutto il mondo, fornire ai propri fan contenuti digitali ad hoc, online e tramite dispositivi mobili, è diventato un compito estremamente sofisticato e ad alta intensità di dati, che quindi richiede potenti risorse IT.

Lorenzo Antognoli spiega: “Proprio come molte altre squadre di calcio, negli ultimi anni abbiamo potenziato le nostre capacità tecnologiche, non solo per fornire ai fan diversi modi per interagire con il gioco, ma anche per aiutare i giocatori ad analizzare e migliorare le proprie prestazioni. Entrambe queste attività generano enormi quantità di dati: solo nell'ultima stagione calcistica, abbiamo raccolto 100 milioni di datapoint GPS relativi alle prestazioni dei giocatori. Pertanto, garantire un'infrastruttura altamente performante, scalabile e affidabile e che sia il fulcro delle nostre attività è fondamentale per guidare l'innovazione e trasformare i dati in insight tempestivi”.

Per molti anni l'Inter ha fatto affidamento su una tradizionale architettura informatica a tre livelli per supportare le proprie operazioni. Sebbene consentisse al club di svolgere le attività quotidiane senza intoppi, questo approccio si è rivelato complesso, costoso e poco aperto alle opportunità di l'innovazione. Per compiere il passo successivo nel suo ambizioso percorso di trasformazione digitale, il club ha deciso di modernizzare l'infrastruttura principale che alimenta le operations.

Perché Lenovo? Presenza globale, esperienza locale.

Per promuovere l'innovazione e aumentare il coinvolgimento dei fan, Inter ha implementato una nuova soluzione di infrastruttura iperconvergente (HCI) basata sulle tecnologie Lenovo ThinkAgile HX Serie 3000 e Lenovo ThinkAgile HX Serie 5000.

Lorenzo Antognoli afferma: "Abbiamo deciso di lavorare con Lenovo perché è un brand riconosciuto a livello internazionale con una lunga storia di successo rispetto all'upgrade dei data center. Oltre a questo, il fatto che Lenovo condivida il nostro impegno principale per le prestazioni e l'innovazione, è stato un grande vantaggio".

Per semplificare la gestione del sistema IT e ottimizzare le risorse, Inter ha collaborato con Lenovo per creare un ambiente interamente software-defined basato su Nutanix AHV e VMware vSphere. Per consolidare la business continuity, Lenovo ha aiutato il club a creare un ambiente di ripristino di emergenza e di backup basato su Lenovo ThinkSystem DM7000H Unified Hybrid Storage.

Inter Media House, responsabile della creazione di esperienze coinvolgenti e contenuti emozionali che migliorano il rapporto dei fan con il club, utilizza anche gli array di storage Lenovo ThinkSystem DM7000H per l'archiviazione ad alte prestazioni di dati, di foto e video.

"Lenovo ha fatto il possibile per comprendere le nostre esigenze e progettare una soluzione che offra prestazioni, affidabilità e, soprattutto, scalabilità", continua Lorenzo Antognoli. "Sapere che Lenovo è disposta a supportarci in ogni fase del processo mentre evolviamo le nostre capacità ci dà la certezza che manterremo la nostra posizione di leader nel calcio per gli anni a venire".



Nuovi obiettivi.

Dopo aver aiutato l'Inter a ridefinire le operations del proprio data center, Lenovo ha collaborato con il club per aiutarlo a accrescere la collaborazione e la produttività dello staff. Grazie alla dotazione di laptop Lenovo ThinkPad e all'utilizzo di sale riunioni allestite con Lenovo ThinkSmart Hubs, i dipendenti del club Inter sono in grado di lavorare in modo più efficiente.

“Con i laptop di ultima generazione Lenovo ThinkPad, l'intera organizzazione, dai nostri analisti sportivi al nostro dipartimento finanziario, può beneficiare di prestazioni migliorate”, commenta Lorenzo Antognoli. “Inoltre, con i Lenovo ThinkSmart Hub e i monitor Lenovo ThinkVision nelle nostre sale riunioni, i dipendenti possono connettersi rapidamente e facilmente dall'ufficio con i colleghi sul campo o nelle strutture di formazione, tramite funzioni di teleconferenza di alta qualità”.

Oltre a fornire al club soluzioni performanti, Lenovo continua a supportare l'Inter in qualità di sponsor ufficiale con il logo posto sul retro della maglia della squadra.



“Lenovo si unisce a noi come sponsor di maglia in un momento davvero entusiasmante per l'Inter, proprio nell'occasione del lancio del nuovo emblema del club. Siamo lieti che Lenovo sia con noi in questo momento storico e siamo orgogliosi di testimoniare la nostra stretta collaborazione con un leader tecnologico riconosciuto a livello internazionale”.

Lorenzo Antognoli

Head of IS, FC Internazionale Milano

3

Risultati



L'Inter ha già registrato notevoli miglioramenti delle prestazioni da quando ha aggiornato la propria infrastruttura IT con le soluzioni Lenovo che hanno contribuito ad aiutare il club a ottenere grandi risultati in termini di engagement dei fan.

Lorenzo Antognoli spiega: "In media, le prestazioni di elaborazione dei dati sono aumentate del 20%. Se si considera che, solo per l'analisi sportiva, raccogliamo oltre 600 TB di dati ogni stagione, i miglioramenti delle prestazioni su tale scala aumenteranno notevolmente la quantità di informazioni che possiamo analizzare".

Supportata dalla tecnologia Lenovo, l'Inter si è concentrata sulla creazione di campagne digitali innovative, contribuendo ad attirare sempre più persone verso lo sport. Utilizzando i laptop Lenovo ThinkPad, i dipendenti di Inter Media House hanno a portata di mano tutto ciò che è necessario per creare contenuti accattivanti.

"Recentemente abbiamo condotto una campagna che si pone l'obiettivo di avvicinare sempre più donne al calcio e siamo lieti di vedere che abbiamo aumentato con successo la nostra fan-base femminile come risultato di questa iniziativa digitale", afferma Lorenzo Antognoli. "Con la tecnologia Lenovo alla base delle nostre attività di engagement, siamo meglio attrezzati per sviluppare esperienze digitali innovative, come tour virtuali dei nostri stadi, accesso agli archivi storici e per soddisfare i tifosi con contenuti condivisi online e attraverso app personalizzate".

- ✓ **Performance aumentate del 20%**
- ✓ **Consentire all'Inter di elaborare più dati, più velocemente**
- ✓ **Supportare innovative campagne di digital engagement**
- ✓ **Aiutare i dipendenti a collaborare e a lavorare in modo più efficiente**



“ Vogliamo consolidare la nostra partnership con Lenovo e abbiamo l’obiettivo di individuare nuove modalità per migliorare sia l’esperienza dei tifosi sia le prestazioni dei giocatori attraverso l’utilizzo di tecnologie di prossima generazione”.

Lorenzo Antognoli

Head of IS, FC Internazionale Milano

Cosa farai con le soluzioni Lenovo di infrastruttura software-defined?

I Data-Center raggiungono nuovi obiettivi con le soluzioni smarter di Lenovo.

[Explore Lenovo Software-Defined Infrastructure Solutions](#)

Lenovo and the Lenovo logo are trademarks or registered trademarks of Lenovo.

Other company, product and service names may be trademarks or service marks of others.

© Lenovo 2021. All rights reserved.