

IBM e Wimbledon lanciano nuove soluzioni cognitive, hybrid cloud e app studiate per arricchire l'esperienza dei fan

Le innovazioni IBM per aiutare il torneo di Wimbledon a fornire informazioni e dati ai fan di tutto il mondo

Milano, Italia - 17 giu 2016: IBM (NYSE: IBM) e The All England Lawn Tennis Club (AELTC) hanno presentato alcune nuove tecnologie per il torneo di Wimbledon 2016, segnando un nuovo passo avanti nella più volte premiata trasformazione digitale di AELTC. Fra le novità 2016, la Apple TV per Wimbledon sviluppata da IBM Interactive Experience che consentirà ai *fan* di vivere il torneo nel confort della propria casa. Gli utenti potranno infatti consultare i punteggi in tempo reale, assistere alla trasmissione da Wimbledon "Live @ Wimbledon", ascoltare tre canali radio in diretta e navigare tra tutti i contenuti foto e video della manifestazione, portando tutta l'esperienza del torneo di Wimbledon 2016 direttamente nel salotto di casa.

Le nuove app Wimbledon per smartphone iOS e Android, compatibili con i *display* di qualsiasi dimensione, forniranno molteplici contenuti personalizzati a tutti i fan, a casa o in viaggio. Queste nuove app offriranno inoltre esperienze digitali potenziate ai visitatori di Wimbledon, fra cui un servizio di messaggistica personalizzata e l'opportunità di creare la propria Wimbledon Story, consentendo ai fan di immortalare e condividere i momenti per loro indimenticabili del torneo con la comunità globale online.

Un'altra novità di quest'anno è il Cognitive Command Centre, basato sulle tecnologie Watson e hybrid cloud di IBM. Questa soluzione è progettata per assimilare contenuti dai diversi canali dei social media per poi comprendere, ragionare e assimilare automaticamente gli argomenti di conversazione emergenti e più rilevanti relativi a Wimbledon o a altri eventi sportivi di primo piano, trasmettendo poi tali informazioni al team editoriale digitale.

Identificando gli argomenti di interesse più comuni, IBM sarà in grado di aiutare Wimbledon a fornire in modo più mirato ed efficiente articoli, post e immagini relativi a tali tematiche. Ad esempio, il Cognitive Command Centre potrebbe identificare alcune conversazioni emergenti relative a una partita di calcio in Svizzera, coincidenti con un picco di interesse su un particolare momento di una partita di Roger Federer. Questo genere di dati può consentire a Wimbledon di selezionare rapidamente e in modo ragionato i contenuti da offrire agli appassionati dello sport durante un'estate ricca di eventi sportivi importanti.

"Siamo fieri di poter continuare ad evolvere e sviluppare la nostra strategia digitale, potenziando sempre di più le piattaforme Wimbledon per garantire che rimangano l'irrinunciabile prima scelta di milioni di fan del torneo in tutto il mondo. Nella lotta "per l'attenzione" in un contesto sportivo sempre più competitivo, le innovazioni tecnologiche IBM sono la chiave per mantenere la nostra posizione preminente nell'immaginario collettivo del nostro pubblico", afferma Mick Desmon, Direttore Commerciale & Media AELTC. "Con l'aiuto di IBM, stiamo lavorando per fornire nuove funzionalità on-site nelle app per smartphone, per consentire ai visitatori di pianificare con anticipo le proprie trasferte per il Torneo, e condividere ogni giorno i momenti più emozionanti dei match. Sul versante domestico, stiamo lavorando per prendere *in real time* i contenuti più rilevanti e trasmetterli direttamente ai fan tramite Apple TV. Con uno splendido *design* e contenuti esclusivi guidati dai dati, queste app forniranno agli appassionati un'indimenticabile esperienza di Wimbledon".

Nel corso del Torneo, IBM acquisisce di norma circa 3,2 milioni di *data point* da 19 campi per 13 giorni, con un target di precisione del 100% e un tempo di risposta della frazione di un secondo. Grazie alla collaborazione di analisti del tennis altamente qualificati, IBM è quindi in grado di trasformare questi dati quasi in tempo reale per fornire informazioni ai commentatori e alla stampa, garantendo ai telespettatori di tutto il mondo aggiornamenti costanti e tempestivi sul Torneo.

Con un tempo di elaborazione inferiore a quattro secondi, le informazioni sulle partite acquisite da IBM sono utilizzate anche per aggiornare milioni di dispositivi digitali in tutto il mondo, offrendo ai fan un'esperienza basata sulla *vision* digitale di AELTC che intende essere quanto di più simile all'esperienza dal vivo sui campi di Wimbledon.

"L'introduzione di soluzioni cognitive nel portafoglio tecnologico di Wimbledon prevista per quest'anno rappresenta una promessa di grossi vantaggi per AELTC in termini di *insight*, apprendimento e coinvolgimento dei fan" spiega Sam Seddon, Wimbledon Client & Programme Executive IBM. "La tecnologia cognitive computing ha un potenziale rivoluzionario e consentirà a Wimbledon di ampliare la portata e la visibilità del Torneo, supportandone l'obiettivo di utilizzare le piattaforme digitali come *gateway* per il marchio".

La strategia digitale di AELTC per il Torneo 2016 è resa possibile dalle seguenti innovazioni IBM:

Fornitura di contenuti in tempo reale - offrendo informazioni in tempo reale sui nuovi record raggiunti nelle partite più rapidamente di qualsiasi altro provider, IBM supporta l'obiettivo di Wimbledon di affermarsi come leader di mercato per i contenuti, elevandosi al di sopra del "rumore mediatico" degli altri canali media a livello globale. La prossima estate vedrà un ulteriore potenziamento del contesto, con tabelloni sui più grandi giocatori di tutti i tempi e notifiche anticipate su tutti i nuovi record stabiliti nel corso delle partite.

Hill vs World vs Queue - un ambiente di interazione sociale attraverso una pagina Web ad alta responsività su tutti i canali digitali. Le domande vengono poste al pubblico tramite il maxi-schermo sulla collina di Wimbledon, alle persone in coda (novità 2016) e a "tutto il mondo" tramite i canali social di Wimbledon. Le risposte vengono poi analizzate e presentate alle diverse comunità.

L'obiettivo è stabilire un collegamento fra la località fisica e quella digitale, per unire i fan di Wimbledon di tutto il globo. Chi non può assistere all'evento di persona, può sentirsi comunque in collegamento con chi è sul posto.

SlamTracker - esteso al Web mobile, per trarre il massimo dalla pluripremiata esperienza digitale di Wimbledon.com. Ciò consente ai fan di andare oltre i semplici punteggi, per analizzare dati storici e in tempo reale su giocatori, partite e andamento del torneo. SlamTracker offre inoltre agli amanti dello sport la possibilità di condividere dati e *insight* tramite i social network con la semplice pressione di un tasto in ambiente SlamTracker.

Il sito Wimbledon.com vedrà infine ulteriori potenziamenti nel corso 2016, con video *live* nella *homepage* e un maggior numero di contenuti.

Le offerte digitali di Wimbledon sono fornite tramite l'infrastruttura hybrid cloud protetta di IBM, che consente un'espansione sicura ed efficiente dei servizi esistenti e l'implementazione di nuovi servizi. Le tecnologie di IBM permettono di aumentare i carichi di lavoro sulla piattaforma cloud in pochi minuti, garantendo la massima flessibilità senza impatto sulla resilienza. Ciò migliora notevolmente il Time To Market (TTM) per nuove funzionalità e applicazioni, ottimizzando al tempo stesso la gestione dei costi. Come risultato, il tempo totale di

implementazione delle applicazioni è stato ridotto di oltre il 95%.

Con l'aumento di focalizzazione di Wimbledon per le proprie piattaforme digitali, cresce anche l'esigenza di una vigilanza più serrata sulla sicurezza informatica. Nel corso del Torneo, IBM rileverà e bloccherà migliaia di eventi informatici sospetti. Nel luglio 2015, durante il periodo di picco di Wimbledon, si è verificato un aumento del 500% degli attacchi informatici rispetto agli anni precedenti, mostrando tutto il potenziale evolutivo e la capacità della criminalità informatica nel tenersi al passo con le nuove forme di coinvolgimento digitale. Indipendentemente da ciò, la sfida di IBM rimane comunque garantire la migliore esperienza per i fan di tutto il mondo, in modo fluido e sicuro.

Le soluzioni che IBM utilizza per migliorare l'esperienza di Wimbledon per fan, giocatori e media sono le stesse tecnologie usate dall'azienda per trasformare settori e professioni in tutto il mondo.

Note per i redattori

IBM è il fornitore ufficiale di servizi di IT e consulenza per il The All England Lawn Tennis Club, che ospita il Torneo di Wimbledon. Dal 1990, IBM lavora con l'All England Club per introdurre nuove tecnologie in grado di ottimizzare l'utilizzo dei dati catturati in tempo reale durante il Torneo.

<https://it.newsroom.ibm.com/2016-06-17-IBM-e-Wimbledon-lanciano-nuove-soluzioni-cognitive-hybrid-cloud-e-app-studiate-per-aricchire-l'esperienza-dei-fan>