Sicurezza
Cisco apre il suo ombrello sul cloud
a pagina **5**

IT Day
a pagina **16**

Personal Style
Mercedes GLE
a pagina **22**

ANNO II n°4 - maggio 2017

DIGITAL VOICE

La gazzetta della business innovation

Registrato al Tribunale di Torino - Aut. n°3/2016 | Una iniziativa NetConsulting³ | www.digitalvoice.it | redazione@digitalvoice.it

L'EDITORIALE

LA CARICA DEI QUARANTENNI

Nessuna nostra presa di posizione, ovviamente; ma i successi dei quarantenni Macron e Renzi stimolano qualche riflessione.

Il quarantenne ha energie, voglia di fare e di cambiare, una propensione verso il Digitale più spinta di quella delle generazioni più anziane; e nei programmi dei due leader il Digitale ha ampio spazio, come lo ha avuto nelle loro campagne e, nel caso di Macron, nella raccolta di fondi, gestita con il crowdfunding.

I quarantenni sono nati con i minicomputer, sono cresciuti all'ombra dei PC, hanno lo smartphone embedded; talvolta conservano un abito mentale e culturale tipico delle generazioni precedenti e dei loro Maestri di scuola e di vita, ma hanno il vantaggio di guardare al futuro con maggiore libertà.

Nelle storie dei Leader del Digitale, non ci sono grandi Scuole; molti nei campus hanno avuto l'illuminazione, e poi hanno concretizzato la propria idea altrove; e abbiamo la percezione che le Grandi Scuole producano quella che Alain Deleault definisce "mediocrazia di eccellenza", ma non leadership. Insegnano il mestiere, danno Competenza e Conoscenza, ma oggi in Economia viene meno l'importanza della presenza sul territorio, si comprime il ciclo di vita delle organizzazioni, le nuove generazioni rispondono a nuovi modelli culturali e comunicazionali, l'evoluzione del Digitale genera nuovi comportamenti, atteggiamenti, modelli di business, ed appare fondamentale il ruolo del Leader.

I quarantenni appaiono più pronti di altri a immaginare un mondo che, proprio per via del Digitale, è sempre più difficile da prevedere, a meno che i romanzi di Azimov non diventino testi di studio.

INNOVAZIONE

a pagina **8**

IN PRIMO PIANO

Il digitale nel programma dei politici

Emmanuel Macron, neo eletto Presidente francese

a pagina **3**

IN PRIMO PIANO

Digitalizzazione in Italia ancora in fase arretrata

Stefano Pileri, Presidente di ANITEC

a pagina **7**

INNOVAZIONE

Obama al The Global Food Innovation

Barack Obama

pagine **8** e **9**

© 2017 Cisco Systems, Inc. Tutti i diritti riservati.

23-25 MAGGIO 2017 FIERE DI PARMA

PARTECIPA AI NOSTRI SEMINARI O SEGUILI ONLINE:
CISCO-SPS-LAFABBRICAINDIGITALE.IT

sps ipc drives
ITALIA

POLITICA E DIGITALE

Il Digitale nel programma di Macron neo eletto Presidente

"Dovremo coprire con la banda larga tutto il paese. Ciò sarà fatto entro cinque anni, per non lasciare il territorio indietro nella transizione al Digitale. Dobbiamo eliminare le "aree bianche", quelle senza copertura. Gli operatori dovranno migliorare la copertura raddoppiando il numero di antenne di telefonia mobile. Lo Stato sosterrà questa iniziativa con la concessione di vantaggi economici. Dovremo aiutare le nostre aziende a passare al Digitale. Il Digitale è una risorsa enorme, e non solo per le grandi imprese: gli imprenditori e i dipendenti devono essere addestrati a scegliere e adottare i nuovi strumenti. E' quindi una questione di investimento e di trasformazione dei modelli di produzione e di vendita. Aiuteremo SOHO e PMI ad avere successo nella loro trasformazione digitale".

Emmanuel Macron, Presidente della Repubblica francese

Un altro obiettivo di Macron è migliorare e personalizzare i servizi pubblici.

"Entro il 2022, il 100% delle procedure amministrative sarà gestito via Internet. Creeremo un account on line per il cittadino che riunirà in un'unica interfaccia tutti i diritti, compresi quelli connessi a Salute, percorsi professionali, Formazione, situazione fiscale, diritti civili. Questo punto unico di ingresso faciliterà i rapporti con l'amministrazione".

Con il Digitale, il servizio pubblico della Giustizia sarà più accessibile e più semplice.

"Creeremo un Servizio Digitale pubblico della Giustizia, con il portale unico di accesso (sul modello impots.gouv.fr). I cittadini e i loro avvocati potranno trovare informazioni pratiche e giurisprudenza applicabile al loro caso. Andranno in tribunale dal proprio computer, potranno trasmettere una richiesta o seguire i propri file dal proprio smartphone".

Nel campo della Sanità verrà data attenzione alla telemedicina e verrà definita una strategia nazionale per l'Intelligenza Artificiale. Altro obiettivo importante sarà l'Europa digitale, su cui Macron afferma: *"lavoreremo per un Mercato Unico digitale in Europa, che consentirà alle imprese innovative di avere le stesse regole in tutta l'Unione europea. Agiremo per l'istituzione di un fondo europeo di venture capital per sostenere la crescita di start-up europea del digitale".*

Il digitale nel programma di Matteo Renzi, neo eletto Segretario del Partito Democratico

È la mozione presentata da Renzi nel suo programma.

"Occorre fare della PA il sistema operativo del Paese sul quale costruire servizi più semplici, veloci ed efficaci per cittadini e imprese attraverso prodotti digitali innovativi. Non più digitalizzazione "straordinaria", ma normalità nella Pubblica Amministrazione, a cui il cittadino potrà accedere con un'unica identità digitale. Bisogna fare sì che i sistemi informatici della PA siano connessi tra loro e parlino la stessa lingua: il cittadino deve poter fornire i propri dati una volta sola e ottenere servizi o informazioni immediate a fronte di richieste specifiche. Grazie a banche dati condivise in un'unica anagrafe digitale e attraverso strumenti come la carta d'identità elettronica con dati biometrici (CIE) e il sistema pubblico di identità digitale, ogni cittadino potrà, con pochi semplici click, pagare una multa o le tasse ed esercitare un diritto, come richiedere l'assegno di maternità o rinnovare la patente.

La rivoluzione digitale è una grande occasione e l'accesso a Internet ad alta velocità deve far parte dei servizi pubblici universali. Ma non basta: è la cultura del Digitale, del cambiamento che il Digitale porta con sé, che deve essere sviluppata, puntando sulla diffusione delle competenze digitali nelle scuole, sin dal primo ciclo, e in tutti gli organismi della Pubblica Amministrazione.

Il Digitale e le reti connesse hanno ormai colonizzato tutti i processi. È impensabile farne a meno, serve a poco occupare il tempo discutendone i rischi. Occorre una visione complessiva, che comprenda e metta l'innovazione in cima alle priorità. Lo si dice sempre, tuttavia solo la politica, in un Paese come il nostro così renitente all'innovazione, per molte ragioni storiche e strutturali, può e deve farsi carico per prima di una simile rivoluzione. Altrove la curiosità dei cittadini e la lungimiranza delle imprese sono state spesso sufficienti, da noi né il mercato né la cultura diffusa hanno saputo innovare il Paese con convinzione negli ultimi due decenni. Hanno invece sovente avuto un ruolo di forte contrasto al cambiamento. Quindi, prima dell'infrastruttura digitale, che pure è fondamentale, serve in premessa una presa d'atto forte del decisore politico.

Matteo Renzi, Segretario del PD

Il divario digitale col resto dell'Europa è notevolissimo e va ridotto al più presto per rendere il Paese più competitivo, ma soprattutto per renderlo migliore. Riguarda l'infrastruttura, certo, sulla quale è indispensabile la collaborazione di tutti gli operatori, con la politica che armonizza posizioni inevitabilmente contrastanti, ma attiene in misura ancora maggiore al tema delle competenze digitali degli italiani, anch'esse molto al di sotto della media europea. Il rifiuto degli strumenti digitali da parte dei cittadini è la premessa per il fallimento di qualsiasi piattaforma digitale. Quindi, in senso lato, oggi, è la premessa per il fallimento di qualsiasi ripartenza.

Il divario culturale degli italiani è un problema impalpabile e profondissimo che l'adozione degli strumenti digitali ha reso ancora più grave, mentre molti sostenevano che lo avrebbe ridotto come per magia. È un tema che la politica normalmente tende a non riconoscere poiché la sua soluzione è incerta, difficile e richiede comunque tempi lunghi. E non è un tema generazionale: abbiamo molti giovani ampiamente connessi ma con modeste competenze digitali. Serve una infrastruttura di rete che raggiunga tutti, servono piattaforme digitali che modifichino e semplifichino i processi e servono inevitabilmente e il prima possibile cittadini digitali. Per questo motivo, abbiamo messo al centro di molte politiche di questi anni la creazione di infrastrutture digitali e l'accesso all'identità digitale per i rapporti con la Pubblica Amministrazione – si pensi a 18App – con alterne fortune sia da parte della PA sia da parte della risposta dei cittadini. Adesso serve una politica che non si arrenda e creda con ancora più forza in una simile priorità. Anche su questo è difficile pensare a un modo migliore per prendersi cura del futuro".

SICUREZZA

ItaliaSec Summit: un evento sulla cyber security a Roma

Maya Santamaria,
Direttore di ItaliaSec Summit

La sicurezza informatica è un tema sempre in primo piano in ambito tecnico-informatico per via della crescita digitale e della informatizzazione della Società e dei Servizi pubblici e privati, della vastissima diffusione di apparati e sistemi e della parallela crescita in numero e specializzazione degli hacker e cracker. L'interesse per il tema della sicurezza è cresciuto enormemente a tutti i livelli e si sta dando attenzione ai vari fattori che la caratterizzano, dalla robustezza del software di base e applicativo all'affidabilità delle infrastrutture e degli ambienti operativi, alla tempestività di intercettazione dell'attacco o della minaccia e di intervento e di reazione.

Fra i grandi temi sul tappeto, oltre agli attacchi ransomware, spicca come elemento fondamentale anche l'impedire l'alterazione diretta o indiretta delle informazioni, sia da parte di utenti non autorizzati, sia a causa di eventi accidentali e di impedire l'accesso abusivo ai dati, anche tramite l'adozione di sofisticati sistemi di autorizzazione ed autenticazione.

Qatalyst Global, leader nel settore dell'organizzazione di eventi sulla sicurezza informatica, **è l'organizzatore di ItaliaSec Summit** (Roma, 17-18 maggio 2017), il più esclusivo evento sulla cyber security del 2017 in Italia, e di cui Digital Voice è media partner.

I due giorni di convegno si snodano intorno alla discussione, da parte dei principali professionisti della sicurezza informatica, sul futuro delle politiche digitali alla luce della nuova Direttiva NIS e del Framework Nazionale, esplorando le best practices e gli approcci da adottare per fronteggiare le nuove sfide cibernetiche.

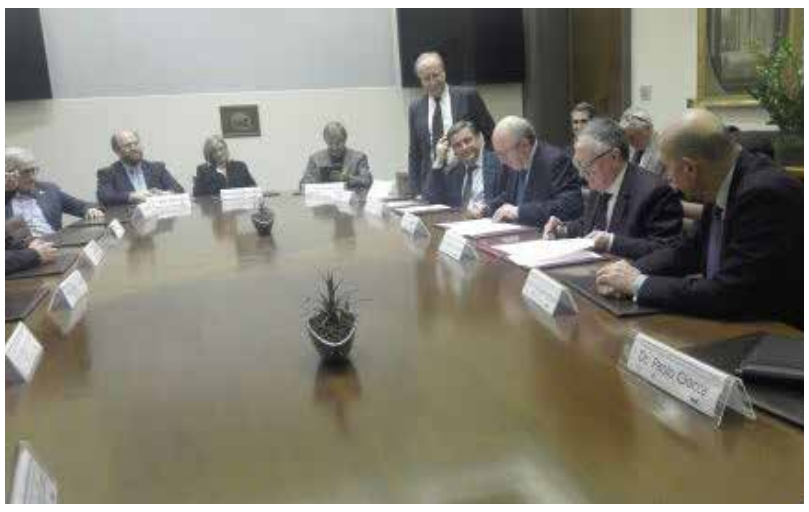
"Il continuo intensificarsi degli attacchi cibernetici nei confronti delle nostre infrastrutture critiche" – afferma **Maya Santamaria, Direttore dell'ItaliaSec Summit** – *"rende indispensabile intensificare il livello di sicurezza, ripensando la nostra cultura della gestione del rischio e pianificando una partnership efficiente tra settore pubblico e privato"*.

ItaliaSec Summit affronta questi temi attraverso tavole rotonde, dibattiti, studio approfondito di casi e interventi di esponenti di aziende e realtà italiane e internazionali tra cui Ansaldo, AIIC, Agenzia Spaziale Europea, Yoox Net-a-Porter, Costa Crociere, MM, Acea, AXA, ENI e molte altre.

Per maggiori informazioni: www.cs4ca.com/italiasec info@qatalyst-global.com

Il Comitato nazionale per la ricerca in Cybersecurity

Le economie dei Paesi poggiano sempre più sul cyberspace e i programmi di trasformazione digitale come Industria 4.0, irrinunciabili, non faranno che aumentare questo legame. Il cyberspace è forse la realtà più complessa e articolata che l'Uomo abbia mai concepito: l'unione di reti, dati e stratificazioni di software che interconnettono Uomini, cose e macchine a livello globale. Tuttavia questa complessità, non avendo come fulcro della sua progettazione la Sicurezza, si accompagna a vulnerabilità nelle reti, nelle applicazioni e nelle loro interazioni. I cyber-criminali usano queste vulnerabilità per spiare, rubare i nostri dati o controllare i nostri sistemi IT, producendo notevoli danni socio-economici. Per rispondere a questa situazione è nato il Comitato nazionale per la ricerca in Cybersecurity.



Momento dell'accordo per la costituzione del Comitato nazionale per la ricerca in Cybersecurity

Cosa si propone il Comitato

L'obiettivo è di coordinare l'eccellenza nazionale della Ricerca nel settore e di realizzare azioni a livello nazionale e internazionale a vantaggio del Sistema Paese: progettare un ecosistema nazionale più resiliente ai cyber- attacchi; migliorare la continuità di servizio delle infrastrutture critiche, della Pubblica amministrazione e delle filiere produttive strategiche; sviluppare piani di formazione per aumentare la 'workforce nazionale' in cybersecurity; migliorare la consapevolezza di imprese e cittadini rispetto alle cyber-minacce; infittire la collaborazione con organizzazioni omologhe europee e internazionali. Il lavoro di coordinamento svolto dal Comitato permetterà, inoltre, di rafforzare l'eccellenza scientifica italiana in questo settore grazie alla promozione di attività nazionali e internazionali e al continuo flusso informativo che sarà realizzato tra Università, Istituti di Ricerca e la Società civile nelle sue varie articolazioni.

Chi può farne parte

Il Comitato è aperto a tutte le organizzazioni di Ricerca nazionali. In fase iniziale, è costituito dal Cnr - Consiglio Nazionale delle Ricerche e dal Cini - Consorzio Interuniversitario Nazionale per l'Informatica, cui a sua volta partecipano 44 Università pubbliche riunendo, attraverso il Laboratorio nazionale di cybersecurity, più di 300 ricercatori specializzati nel comparto. Il Cnr, attraverso il Diitet - Dipartimento di ingegneria, ict e tecnologie per l'energia e i trasporti, ha promosso a sua volta un'area progettuale sulla cybersecurity che coinvolge più di 100 ricercatori che operano negli Istituti dell'Ente attivi su tutto il territorio nazionale. Il coordinamento del Comitato viene affidato al direttore del Laboratorio Nazionale di Cybersecurity, Roberto Baldoni.

L'accordo tra Cnr e Cini è stato firmato dal Presidente del Cnr, Massimo Inguscio, e dal Presidente del Cini, Paolo Prinetto, alla presenza del Prefetto Alessandro Pansa, Direttore Generale del Dipartimento delle informazioni per la sicurezza della Repubblica della Presidenza del Consiglio.

Roberto Baldoni, coordinatore del Comitato nazionale per la ricerca in Cybersecurity

Sottolinea **Roberto Baldoni**, coordinatore del Comitato: *"l'implementazione di un programma che permetta di innalzare le difese cibernetiche del nostro Paese, come richiesto dal nuovo Dpcm, ha bisogno di coinvolgere una comunità ampia che includa settore governativo, privati e Ricerca. Il Comitato nazionale per la ricerca in cybersecurity vuole essere un elemento fondante di questa comunità coagulando le eccellenze italiane nelle università e nella ricerca pubblica per rispondere alla complessità e all'ampiezza dei problemi posti dagli attacchi cyber. Sono attacchi che la continua trasformazione digitale renderà sempre più pervasivi, articolati e complessi"*.

SICUREZZA

Cisco apre il suo ombrello sul cloud

Simonelli: "Nel 2022 l'on-premises sarà un'eccezione"

Il cloud è il futuro, e questo si realizza in una trasformazione digitale che si declina in modo sempre crescente nel cloud, a tal punto che Cisco ha attivato un'unità dedicata a questo tema. Ne parliamo con **Luca Simonelli, responsabile Cisco Cloud Security per il mercato Emea**.

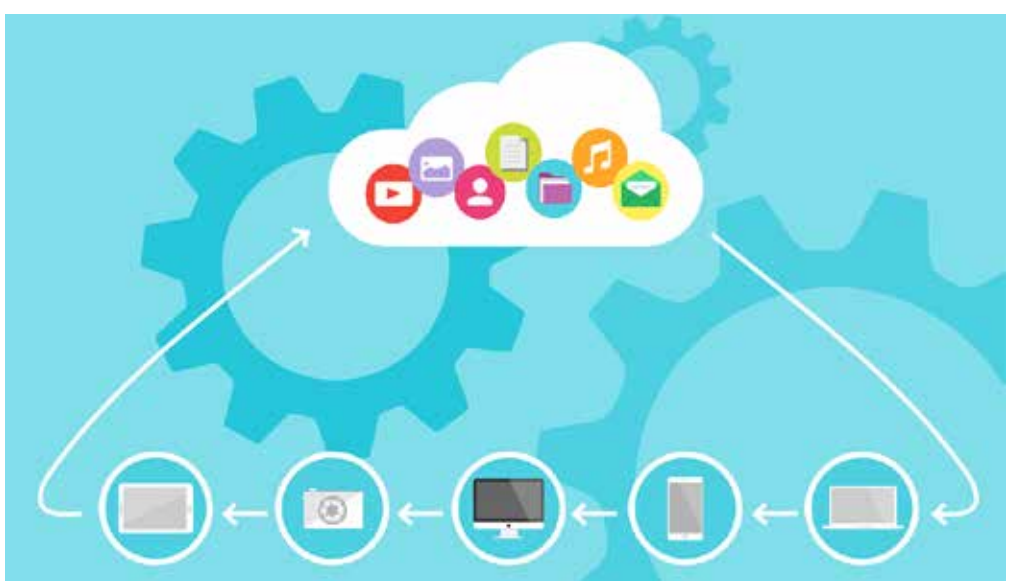
La Sicurezza è ormai fondamentale e in parallelo il cloud ha un enorme potenziale di crescita, anche in Italia. Quali sono le criticità che registrate?

Un aspetto oggettivo è la rete, l'infrastruttura su cui viaggiano i dati: più aumenterà la disponibilità di banda, più sarà possibile fornire servizi sempre maggiori. Un altro elemento oggettivo è rappresentato dalla privacy dei dati, ma a questo ha pensato l'Unione europea con delle norme, in vigore dall'anno prossimo, che fra l'altro presentano parametri restrittivi per chi gestisce informazioni sensibili. Infine una falsa percezione, legata più all'aspetto psicologico, sull'insicurezza del cloud, ma le aziende italiane non possono essere certo più attrezzate di quanto lo siano i data center di giganti come Google, Microsoft o Amazon, che investono ingenti somme sulla Security e dei quali, dunque, c'è da fidarsi molto di più. Uno studio Gartner rivela che entro il 2020 il 75% delle applicazioni sarà fruito via cloud. Nell'IT, nel 2022, l'eccezione sarà l'on-premises, cioè il non cloud. Basti pensare che lo scorso anno il traffico mondiale web generato dai dispositivi mobili ha superato quello prodotto dai PC: il cloud è proprio la tecnologia abilitante di questo fenomeno.

Quali sono le mosse di Cisco su questa scacchiera?

Cisco ha acquisito rispettivamente due anni e un anno fa due aziende, OpenDNS e Cloudlock: la prima è specializzata nella sicurezza dal cloud, la seconda nella sicurezza per il cloud; sembra una distinzione sottile ma non lo è. Mentre la 'sicurezza per il cloud' è un concetto ragionevolmente chiaro, il primo caso è estremamente innovativo. Il focus è la protezione da attacchi particolarmente sofisticati, ed a tal fine OpenDNS ha inaugurato un nuovo modo di fare security, proprio sfruttando ad hoc il protocollo esistente, cioè operando attraverso l'analisi del Domain Name System che traduce i nomi di dominio in indirizzi IP. La sua forza è stata, grazie anche alla registrazione gratuita, di avere rapidamente una mole enorme di utenti. Grazie ai 100 miliardi di query giornaliere trattate, ci è possibile aggregare i dati grazie a modelli matematici assemblati con Big Data e siamo in grado di valutare non solo l'esistenza di un attacco, ma anche di anticiparlo. Chi attacca, infatti, deve compiere operazioni preliminari di cui noi individuiamo le tracce, mettendo in relazione il comportamento standard rispetto all'anomalia individuata la cui comparsa, quindi, diventa subito motivo di allerta. Di qui a Cisco Umbrella il passo è davvero breve.

Luca Simonelli,
Responsabile Cisco Cloud Security per il mercato Emea



Può spiegarci meglio cos'è e come opera Cisco Umbrella?

Già nel nome c'è tutto: un grosso ombrello che mette il cliente a riparo direttamente dal cloud. Questo significa quindi poter proteggere tutti i device che l'utente utilizza, da ovunque si connetta: aeroporto, hotel o casa che sia. Oggi la vera sfida per chi fa security è adeguarla al nuovo modello che si sta profilando, sempre più mobile e flessibile. Vediamo e sperimentiamo direttamente, infatti, che chi lavora non è necessariamente presente in ufficio e dunque si allontana dai tradizionali controlli di rete e di sicurezza web garantiti dalle reti aziendali. Cisco Umbrella va proprio incontro a questo cambio di paradigma, mettendo in sicurezza utenti, dati e applicazioni. La sua facilità d'implementazione gli consente di essere trasversale, rispondendo al meglio alle esigenze della piccola azienda come a quelle di un Ministero; per dirne una, Umbrella è stato implementato nella complessa e vastissima galassia di reti e dipendenti Cisco in circa una settimana.

DIGITAL VOICE
La gazzetta della business innovation

Direttore Responsabile
Nello Meli

Condirettore
Maurizio Cuzari

Redazione
via Leopardi 14, 20123 Milano
Tel. +39 02 876541
redazione@digitalvoice.it

Segreteria di redazione
Irene De Simone, Angela Rivi
segreteria@digitalvoice.it

Collaboratori e Corrispondenti:
Milano, Padova,
Roma, Torino,
Barcellona, Parigi

Gestione advertising
Net Consulting 3 Communication

Direzione Commerciale
Daniela Costamagna
+39 348 2230514
daniela.costamagna@digitalvoice.it

Comitato di Redazione interno
Michela Aliazzo
Vittorio Arighi
Giancarlo Capitani
Maurizio Chimenti
Alessandro Croci
Annamaria Di Ruscio
Gabriele Fornaci
Mariafilomena Genovese
Simona Lissemore
Rossella Macinante
Federica Mazzocchi
Gianguido Pagnini
Diego Pandolfi
Alessandra Pinza
Valentina Re Sartò
Riccardo Zanchi

Edizione, Direzione, Amministrazione, Gestione
NetConsulting cube srl
via Leopardi 14, 201 23 Milano
che se ne assume tutte le responsabilità
Tel. +39 02 876541 / +39 4392901
Fax +39 02 876985 / +39 02 43929030

Impaginazione e grafica
Comet snc - Ivrea - Torino

Stampa
I.T.S. srl, Cavaglià - BI

Pubblicazione mensile (10 numeri annui)

Distribuzione
73.000 copie in abbonamento postale, eventi, roadshow, invii in digitale
Digital Voice
Testata d'informazione registrata al Trib. di Torino autorizzazione 3/2016
Tutti i diritti riservati
I nostri siti:
www.digitalvoice.it
www.netconsultingcube.com
www.sirmi.it

SICUREZZA

Le APT sfruttano wiper e malware negli attacchi mirati

Morten Lehn, General Manager Italy di Kaspersky Lab.

I primi tre mesi del 2017 hanno visto un forte aumento della sofisticatezza dei cyber attacchi sponsorizzati dai governi, con un crescente interesse da parte dei gruppi criminali verso i wiper e il crimine finanziario. Queste informazioni e altri trend sono riportati nel primo riepilogo trimestrale del report di Kaspersky Lab destinato agli abbonati ai servizi di intelligence sulle minacce. Di seguito viene riportato un riassunto di questo report.

I wiper vengono sfruttati negli attacchi mirati, sia a scopo di cyber sabotaggio sia per eliminare le tracce dopo operazioni di cyber spionaggio. Una nuova generazione di wiper è stata usata nell'ultima ondata di attacchi Shamoon. L'indagine ha portato alla scoperta di StoneDrill e delle somiglianze dei suoi codici con quelli del gruppo NewsBeef (Charming Kitten). È stata individuata una vittima di StoneDrill anche in Europa.

I cyber criminali che lanciano attacchi mirati passano al furto di denaro. Il monitoraggio a lungo termine del gruppo Lazarus ha permesso di identificare un sottogruppo denominato Kaspersky Lab BlueNoroff, che ha colpito istituzioni finanziarie in diversi Paesi, incluso una attacco di alto profilo in Polonia. BlueNoroff è considerato l'autore della nota azione portata ai danni della Banca Centrale del Bangladesh.

I malware fileless vengono usati sia negli attacchi mirati sia in quelli generici, aiutando a evitare il rilevamento e rendendo le indagini forensi più complesse. Gli esperti di Kaspersky Lab ne hanno trovato degli esempi nei tool per gli spostamenti laterali usati negli attacchi di Shamoon, in attacchi contro le banche dell'Europa orientale e nelle mani di diversi altri gruppi criminali.

Morten Lehn, General Manager Italy di Kaspersky Lab commenta: *"Il panorama delle minacce mirate è in continua evoluzione e i criminali sono sempre più preparati, cercando e sfruttando costantemente nuove lacune e opportunità. Nel primo trimestre, in Italia, si sono verificati oltre 4.3 milioni di attacchi malware propagati via internet e 63,4 milioni di tentativi locali di infezione – via USB, CD, DVD e altri metodi "offline" – colpendo, rispettivamente, il 20% e il 41% degli utenti iscritti al Kaspersky Security Network. Ecco perché l'intelligence sulle minacce è così importante: permette alle aziende di capire i pericoli e le misure che devono adottare. Per esempio, il panorama delle minacce nel primo trimestre evidenzia la necessità di indagini forensi nella memoria dei dispositivi e servizi di risposta agli incidenti per contrastare gli attacchi dei malware fileless e di dotarsi di soluzioni di sicurezza che possano individuare anomalie nelle attività quotidiane del network".*

Che cos'è una APT?

APT è acronimo di *advanced persistent threat; è questa* una tipologia di attacchi mirati e persistenti diventati particolarmente famosi in seguito alla campagna malware che ha colpito il New York Times e resa nota dalla stessa testata giornalistica. Un'unità militare cinese, conosciuta come "APT 1", sarebbe riuscita a penetrare nella rete dell'editore, colpendolo con una serie di e-mail phishing e una valanga di campioni malware su misura.

Il termine APT ingloba due concetti: APT come 'attacco' e APT come 'gruppo hacker'. Nel primo caso, si intende un cyber-attacco mirato e persistente. Nel secondo caso, ci si riferisce al gruppo, spesso ben finanziato, che ha organizzato l'attacco. Gli attacchi APT non funzionano come gli attacchi normali: a un hacker APT interessa principalmente infettare un computer di una persona specifica. L'obiettivo finale di un attacco in stile APT è di compromettere un computer che contiene specifici dati di valore. Ecco perché, invece che puntare al CEO, gli hacker APT preferiscono colpire un impiegato che si trovi un po' più in basso nella scala gerarchica, per esempio un copywriter o un graphic designer. Il computer di questo impiegato non avrà dati di particolare valore, ma trovandosi all'interno della rete in cui si trovano i computer con più valore, verrà usato per raggiungere e infettare quest'ultimi.

Credenziali rubate: stare attenti per non finire sul Dark Web

Ogni giorno aumenta la quantità di dati personali disponibili e acquistabili sul Dark Web.

E' di poche settimana fa la notizia che un venditore, che si fa chiamare SunTzu583, ha messo in vendita oltre un milione di credenziali Gmail e Yahoo su siti nascosti nei meandri del Dark Web. F5 Networks, in merito, precisa, che questi profili offerti sarebbero il bottino di varie violazioni avvenute negli ultimi anni, dai 500 milioni di profili di account Yahoo rubati alla fine del 2014, ai dati di oltre 110 milioni di utenti LinkedIn sottratti nel 2012, all'hacking di Adobe, di MySpace e di altri ancora. La realtà è che il mercato delle informazioni rubate è enorme, e i dati hanno un valore economico che permane anche quando vengono ottenuti illegalmente.

Come proteggere le password?

Lo specifica **Paolo Arcagni**, Systems Engineering Manager di F5 Networks.

Paolo Arcagni, Systems Engineering Manager, F5 Networks

"La maggior parte dei siti oggi richiede come password una combinazione di lettere maiuscole e minuscole, numeri e, a volte, caratteri speciali. Tuttavia, tendiamo a utilizzare sempre le stesse combinazioni, iniziando ad esempio con la lettera maiuscola e finendo con un numero. Se è richiesto un carattere speciale, di solito lo posizioniamo alla fine. E questo i cybercriminali lo sanno! Sfruttando capacità di elaborazione sempre più potenti, anche le password apparentemente complicate possono essere individuate in tempi relativamente brevi. Come è possibile quindi contrastare questa tendenza? Di sicuro non basta potenziare il proprio firewall. Oggi, come utenti, dobbiamo imparare a essere più creativi e innovativi nella scelta delle nostre password; e per farlo è necessario adottare uno strumento software di gestione delle password, senza il quale lasciamo sostanzialmente le nostre credenziali senza protezione. Questi strumenti generano automaticamente le password e ci consentono di selezionare il livello di complessità, il tipo di pattern e la lunghezza".

Sempre più cyber-attacchi contro banche e istituzioni finanziarie

Secondo il report "*Banking & Financial Services Cyber-Security: US Market 2015-2020*", pubblicato da HSRC - Homeland Security Research Corp., il mercato della protezione dei servizi finanziari USA arriverà a toccare la cifra record di 9,5 Mld$, diventando uno dei più grandi mercati non governativi per la cyber-security.

Per capire quanto gli attacchi informatici contro le banche stiano aumentando, sia in quantità che in gravità, basti pensare al noto caso della Banca Centrale del Bangladesh: nel marzo del 2016 un gruppo di hacker ha tentato di sottrarre ben 951 M$. L'anno precedente, alcuni criminali informatici avevano sottratto dati di 83 milioni di clienti a JP Morgan, società leader nei servizi finanziari globali. E ancora, una nota banca USA ha recentemente subito più di 30.000 attacchi informatici nell'arco di una sola settimana, circa uno ogni 34 secondi; e di questi, quasi 22.000 sono stati orchestrati da organizzazioni criminali.

L'Amministratore Delegato di Bank of America, Brian Moynihan, commentando i numeri in aumento di questo tipo di crimini, ha sottolineato come uno dei più grandi Stati USA ha in programma di spendere nel 2017 più di 400 M$ per potenziare la cyber-security di banche e istituti finanziari.

IN PRIMO PIANO

Digitalizzazione in Italia ancora in fase arretrata

E solo il 2,3% del fatturato delle imprese viene investito in ricerca e sviluppo

Nell'incontro **"Ricerca e Innovazione per l'industria ICT in Italia"** sono stati presentati i dati di una analisi elaborata da ANITEC, l'associazione confindustriale dell'ICT e dell'Elettronica di Consumo; la presentazione a Milano, a cura del **Presidente di ANITEC, Stefano Pileri**, e **dell'Amministratore Delegato di Invitalia, Domenico Arcuri**, nella sede dell'associazione. Sono intervenuti all'incontro, tra gli altri, Nicoletta Amodio, Responsabile Politiche Industriali di Confindustria e Luigi Gallo, Responsabile Area Innovazione e Competitività di Invitalia.

Fra i dati presentati, alcuni sono a nostro avviso di particolare rilievo. Dal 2004 al 2014 la spesa per R&S in Italia è cresciuta complessivamente del 31%. Nello stesso periodo, l'incremento della spesa per R&S nelle imprese è stato del 52%, e l'81,6% di queste attività è stato autofinanziato, per oltre 10 Mld€, con un'incidenza dello 0,3% sul fatturato e dell'1,5% sul valore aggiunto. Nel settore ICT, l'incidenza sul fatturato sale al 2,3% e quella sul valore aggiunto passa al 5,3%. La spesa nazionale in R&S delle aziende del settore ICT rappresenta, con i suoi 2 Mld€, oltre il 21% del totale degli investimenti complessivi in R&S.

Stefano Pileri, Presidente di Anitec

Nel 2015 l'Italia, con l'1,33% di investimenti rispetto al Pil, si collocava al 4° posto in Europa. Quanto ai brevetti, in Italia nel 2016 sono stati 4.166, e hanno fatto registrare il secondo maggiore incremento in Europa, con il 4,5%; ed il settore Digital Communications in Italia ha visto un incremento nell'attività brevettuale di oltre il 17%.

Resta il fatto che, quanto alla situazione generale sulla digitalizzazione del nostro Paese, l'indice DESI - Digital Economy and Society Index segnala una posizione ancora arretrata: l'Italia è al 25° posto della classifica europea, anche se il posizionamento dell'indice in DTEI ci pone al 16° posto, a testimonianza del riconoscimento di una significativa presenza di fattori abilitanti alla trasformazione digitale.

L'Italia dà all'Europa più di quanto non riceva in finanziamenti: il nostro Paese contribuisce al bilancio Ue per oltre 14,23 Mld€ e ne riceve in finanziamenti 12,34, dei quali solo l'8,59% per R&S, contro il 21,31% del Regno Unito, il 17,37% della Germania e una media Ue del 10%.

Quindi è di tutta evidenza la necessità di migliorare le condizioni per garantire gli investimenti nella trasformazione digitale e nelle attività di ricerca e sviluppo.

"*Il tema Ricerca, Sviluppo e Innovazione" dichiara* ***Stefano Pileri,*** ***Presidente di Anitec*** *"è da sempre centrale nelle attività di ANITEC e delle aziende associate quali principali interpreti e fornitori di tecnologie, apparati, soluzioni e servizi innovativi ed evoluti. Proprio per questo, abbiamo voluto approfondire e sottolineare, attraverso la presentazione di alcuni rilevanti dati, incentrati su Ricerca e Innovazione nel settore ICT, che proprio l'innovazione è il volano essenziale per la crescita della competitività e rappresenta il futuro del nostro Paese, e la capacità di investire in Ricerca rappresenta un elemento vitale per le imprese. Abbiamo evidenziato inoltre che nonostante la buona performance dell'attività brevettuale in Italia, il numero di brevetti nelle applicazioni ICT è ancora lontano dai valori europei". C*ontinua Pileri: *"Mai come in questo momento dobbiamo accelerare la Trasformazione digitale in Italia sia guardando alle Aree Strategiche del Digitale per la* ***Vita*** *(Sanità e Assistenza), per i* ***Luoghi*** *dove viviamo (le città e le nostre case) e per lo sviluppo dell'****Economia*** *(Industria 4.0, Agrifood, Energia, Made in Italy) sia investigando sugli abilitatori digitali (la Banda Ultra Larga, il 5G, l'Intelligenza Artificiale, l'Internet delle Cose e dei Dati). Questa trasformazione* è *avviata ma va ancora sostenuta, all'interno delle Imprese e della Pubblica Amministrazione, per allinearsi con quella dei maggiori Paesi europei, investendo anche e soprattutto in competenze digitali. Sono estremamente importanti i Piani Strategici Banda Ultra Larga, Industria 4.0 e l'avvio delle sperimentazioni 5G".* Secondo **l'AD di Invitalia, Domenico Arcuri**, *"le politiche di Ricerca e Innovazione dovranno sempre più essere finalizzate a favorire e rafforzare l'integrazione tra i settori, selezionando e premiando pochi ma significativi progetti in grado di generare valore per i territori".*

Nell'incontro è emersa anche l'esigenza di favorire azioni tese a generare sinergie tra PMI e grandi imprese, anche nell'ottica dell'Open Innovation, e ad accelerare le iniziative di Trasformazione Competitiva Digitale della nostra economia.

NEWS

E-commerce: Italia quinto mercato UE

Rapporto HiPay: nel 2016, 20,5 milioni di italiani hanno comprato beni e servizi su internet, per una spesa media pro-capite di 952€ e un incremento delle vendite del 32% durante lo scorso anno. Preferiamo ancora il Pc per le chiudere le transazioni, ma cresce la mCommerce (+63%), soprattutto da smartphone.

Sviluppo e-commerce in Italia

Cresce ancora a doppia cifra l'e-commerce italiano, registrando un +16% con un valore degli acquisti online che raggiungerà nel 2017 i 23,1 Mld€. Tra i settori trainanti: Food&Grocery (+37%) seguito da Arredamento&Home Living (+27%), Informatica & Elettronica di Consumo (26%), Abbigliamento (25%). Questi i principali risultati contenuti nella ricerca presentata al Netcomm Forum.

Le startup del software emergono nel cleantech

Da uno studio del Mit emerge che il settore più redditizio per le startup del cleantech è quello del software in cui sono stati investiti 157 M$ con un ritorno di 542 M$. Per il resto, c'è stato un calo dei finanziamenti; in particolare, i settori più in crisi sono rappresentati dalla produzione di nuovi materiali (764 M$ investiti con un ritorno di 123 M$) e nel segmento di prodotti hardware (586 M$ investiti con un ritorno di 30 M$).

Smart cities, i device cresceranno di 10 volte

Dai sensori alle soluzioni M2M, entro la fine dell'anno in corso le spedizioni di dispositivi per IoT applicata in progetti di sviluppo urbano supereranno le 202 milioni di unità e in poco meno di dieci anni, da qui al 2026, il numero di device spediti sui mercati mondiali aumenterà di dieci volte rispetto al dato del 2016. È quanto affermato dagli analisti di IHS Markit nell'aggiornamento del Report del 2016.

EY CAPRI 2017: Where Innovation becomes experience, value, business

Donato Iacovone, CEO Italia e Managing Partner Italia di EY, annuncia la decima edizione dell'EY Capri Digital Summit che si terrà dal 4 al 6 ottobre. Quest'anno l'evento è dedicato a esperienze concrete ed il titolo infatti è **Where Innovation becomes experience, value, business**. *"Il titolo vuole essere esplicativo e durante l'evento* - afferma Iacovone - *parleremo di quello che nelle imprese sta generando valore e nuovo business legato alla generazione di valore. Parleremo di nuove tecnologie, quindi di analytics, big data, artificial intelligence, molto di blockchain e di tanto altro, e anche di come queste tecnologie ci aiutano nelle imprese a fare business".* "*Questo è il taglio* - conclude Iacovone - *molto operativo, di esperienze fatte e delle esperienze prossime che le nostre aziende si accingono a fare".*

Donato Iacovone,
CEO Italia e Managing Partner Italia di EY

INNOVAZIONE

L'OCSE, l'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico e la Commissione europea definiscono, nel Manuale di Oslo, "**l'innovazione"** come l'implementazione di un prodotto, sia esso un bene o servizio o di un processo, nuovo o considerevolmente migliorato, come il disegno di un nuovo metodo di marketing, o di un nuovo metodo organizzativo con riferimento alle pratiche commerciali, al luogo di lavoro o alle relazioni esterne. Il requisito minimo richiesto ad un'innovazione è che il prodotto, processo, metodo di marketing o metodo organizzativo sia **nuovo (oppure considerevolmente migliorato) per l'impresa**.

Le attività innovative quindi, per loro natura, variano molto da azienda ad azienda. Alcune imprese sono impegnate in progetti innovativi precisi, come possono essere lo sviluppo e il lancio di un nuovo prodotto; altre agiscono principalmente mediante un continuo miglioramento di prodotti, processi e operazioni. In entrambi i casi si tratta di aziende innovative: si parla di innovazione sia nel caso dell'implementazione di una singola trasformazione significativa, sia si tratti di una serie di modifiche minori e progressive che vanno a costituire, considerate nel loro insieme, una miglioria significativa.

L'ecosistema italiano dell'innovazione

L'edizione 2016 del Rapporto Cerved PMI dedica una particolare attenzione alle start up e PMI innovative. Negli ultimi decenni, l'Italia ha registrato un costante e progressivo declino degli indici di produttività; ed è questo un trend ormai cronico, e che si è accentuato ulteriormente con la crisi. Secondo molti osservatori, una delle ragioni di questa dinamica risiede nella scarsa capacità del nostro sistema di innovare. Per invertire questa tendenza, negli ultimi anni sono state introdotte una serie di norme a favore di startup e PMI innovative, per le quali è stata anche creata una sezione speciale del Registro delle Imprese.

Il Rapporto Cerved PMI 2016 ha fotografato l'ecosistema dell'innovazione in Italia, focalizzandosi proprio su startup e PMI, andando oltre alle imprese iscritte al registro ufficiale: esistono, infatti, molte newco e PMI che, pur producendo prodotti o servizi innovativi, non compaiono in questi registri perché non rientrano nei criteri delle norme, o perché non ne conoscono i vantaggi o anche solo perché non li ritengono adatti al proprio specifico caso.

La metodologia applicata da Cerved ha visto l'integrazione dei dati della sezione speciale del Registro - 6.500 startup innovative iscritte – con quelli delle società partecipate dagli investitori specializzati in innovazione come incubatori e fondi di venture capital e definite "crisalidi", perché già evolute rispetto alle fasi iniziali di sviluppo d'impresa.

In base a stime prudenti sono state individuate, quindi, altre 6 mila startup innovative e altre 4 mila PMI innovative. Complessivamente, le oltre 12 mila startup innovative individuate, iscritte e non, muovono un giro d'affari di circa 2 miliardi di euro e impiegano 24 mila addetti. Le PMI innovative numericamente sono un terzo, circa 4 mila, ma producono 24 miliardi di euro di ricavi e impiegano 126 mila addetti.

Complessivamente, il maggior numero di startup innovative individuate rispetto alle PMI indica come la produzione di innovazione sia più congeniale alle startup che non alle PMI "anziane", coerentemente con le recenti teorie dell'innovazione che si concentrano sulle newco. Le analisi hanno permesso inoltre di classificare le società innovative in otto cluster di innovazione, tra i quali i più importanti risultano quello del mobile e smartphone (2.800 startup e 1.200 PMI) e quello dell'ecosostenibilità (1.500 startup e 1000 PMI).

Obama al The Global Food Innovation Summit

Barack Obama

Dall'8 all'11 maggio, a Milano, si è svolta la terza edizione Seeds&Chips – The Global Food Innovation Summit – il convegno internazionale sull'innovazione agroalimentare. Sono stati quattro giorni intensi che hanno fatto diventare Milano capitale della food innovation coinvolgendo startup, aziende del food, aziende del tech, cuochi stellati, personaggi pubblici. La star del summit è stata il past president degli Stati Uniti Barack Obama, alla sua prima uscita in pubblico da "libero cittadino", che il **9 maggio è intervenuto** con uno speech sui temi legati all'innovazione nell'agricoltura e all'importanza della lotta allo spreco alimentare. Al termine del suo intervento, Obama ha duettato con **Sam Kass**, noto chef internazionale nonché consigliere del Presidente per la politica nutrizionale alla Casa Bianca.

L'analisi dal punto di vista territoriale delle 16 mila startup e PMI innovative individuate fornisce indicazioni interessanti e conferma la presenza di importanti distretti tecnologici

Oltre un quarto delle imprese innovative individuate ha sede nelle province di Milano (2.675, di cui quasi 2 mila startup) e Roma (1.806 di cui 1.468 startup). Seguono Torino con 798, Napoli con 520, Bologna con 450. Se il numero assoluto di imprese innovative è importante perché consente loro di fare massa critica, è altrettanto importante evidenziare i territori in cui la presenza relativa di queste imprese è rilevante. Trento è di gran lunga la provincia italiana più innovativa: è prima per presenza di startup innovative e seconda per presenza di PMI innovative. Seguono Trieste, Ancona e Pordenone, con indici più elevati per le startup, mentre Torino presenta l'indice più alto per le PMI e figura al settimo posto per le startup. In generale, la geografia dell'innovazione è simile alla distribuzione territoriale dei distretti; ed è interessante notare che questo pattern è più marcato per le startup che per le PMI innovative, anche se le due tipologie di aziende sono ugualmente diffuse in tutto il Nord Ovest. In ritardo il Mezzogiorno, con poche e isolate eccezioni, come ad esempio Cagliari.

INNOVAZIONE

Milano città "smart"

Per innovazione è prima in Italia

Milano capofila dell'innovazione in Italia: secondo le classifiche internazionali si posiziona infatti al 49° posto tra circa 500 città nel mondo, ed è quindi nel 10% delle più innovative. E' prima tra le città italiane e guadagna a livello mondiale 9 posizioni in un anno. Tra le prime 100 città innovative, figura anche Roma, al 58° posto mentre Torino, terza, è appena fuori dalle prime 100 posizioni internazionali. Ai primi posti della classifica si trovano le grandi metropoli internazionali e la Silicon Valley, Londra, San Francisco, Vienna, Boston, Seoul, New York, Amsterdam, Singapore, Parigi e Tokyo. Sono questi i principali dati che emergono da una elaborazione della Camera di Commercio di Milano su dati 2thinknow Innovation Cities™ Index 2015 relativi a 442 città. La classifica di innovatività è costruita prendendo in considerazione tre tipologie di dati: dati culturali, infrastrutture umane e networked markets, considerando 162 indicatori.

Milano e Innovazione sociale

Per il Comune di Milano, l'innovazione sociale si distingue, sia nei risultati che nei rapporti, in nuove forme di cooperazione e collaborazione che simultaneamente rispondono a bisogni sociali in modo più efficace rispetto ad approcci tradizionali. La città è il luogo in cui vari fenomeni accadono con intensità sempre maggiore ed è quindi necessario progettare e adottare nuove pratiche di lavoro e strumenti legali per codificare le nuove idee (prodotti, servizi e modelli) che andranno a soddisfare efficacemente i bisogni sociali. L'innovazione sociale è importante per la città, specialmente se si considerano alcuni fattori: innanzitutto, questo è il secolo delle città; infatti, per la prima volta nella storia, più della metà della popolazione mondiale vive in aree urbane dove si concentrano maggiormente la produzione di PIL e l'innovazione. Presto la competizione globale tra città potrebbe sostituire quella tra Stati. Inoltre, la struttura del modello socio-economico su cui si basano le politiche economiche e di welfare sta cambiando. Il ritmo rapido della modernizzazione urbana e la maggiore mobilità sociale hanno contribuito ad una perdita d'interazione sociale e d'identità locale. Attualmente, molte città europee soffrono di un declino del senso di comunità nei quartieri. Il Comune di Milano ha scelto di promuovere l'innovazione sociale come uno degli aspetti della Smart City, e non vuole ridurre il dibattito sulla Smart City alla sola dimensione tecnologica ma intende invece ragionare su come l'innovazione nelle città possa contribuire allo sviluppo di nuovi metodi di risoluzione di problemi socialmente rilevanti. Le Smart Cities sono infatti le città che creano le condizioni di governo, infrastrutturali e tecnologiche per produrre anche innovazione sociale.

"Ecosistema digitale E015: collaborare, condividere, competere"

Fabrizio Sala, Vice presidente di Regione Lombardia e assessore alla Casa, Housing sociale, Expo e Industrializzazione delle imprese

In Regione Lombardia al convegno 'Ecosistema digitale E015: collaborare, condividere, competere' si è parlato della piattaforma E015 che renderà Milano più accessibile, smart e vivibile sia ai cittadini che ai turisti.

"L'ecosistema digitale E015 è un lascito di Expo, non immateriale ma molto concreto. Regione Lombardia ha deciso di promuoverlo coinvolgendo sempre più soggetti e sviluppando nuove applicazioni". Lo ha detto **Fabrizio Sala, Vice presidente di Regione Lombardia e assessore alla Casa, Housing sociale, Expo e Industrializzazione delle imprese** all'apertura del convegno. *"Saranno due le nostre iniziative fondamentali: estendere il numero dei soggetti partecipanti, perché quanti più protagonisti aderiranno, tante più saranno le informazioni inserite. In sintesi, quanto più si allarga, tanto più diventa utile"*. E aggiunge: *"Per favorire i soggetti che utilizzano il sistema stiamo pensando di inserire nei bandi regionali dei criteri di premialità per chi usa E015". "L'altra linea su cui siamo impegnati - ha proseguito Sala - è la promozione delle applicazioni con benefici per tutti i cittadini»*. Nel corso del suo intervento Fabrizio Sala ha ricordato che per la promozione della *piattaforma "... abbiamo aperto al Governo ed incontrato oltre 150 soggetti per spiegare il funzionamento di E015. Regione Lombardia sarà impegnata su questo progetto fino al 2021"*.

Ai lavori hanno partecipato tra gli altri, Alberto Meomartini, Vice presidente della Camera di Commercio di Milano; Giorgio Rapari, di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza e Presidente di Assintel; Michele Verna, Direttore Generale di Assolombarda; Roberto Laffi, Direttore Generale della Direzione Generale Territorio, Urbanistica, Difesa del suolo e Città Metropolitana della Regione Lombardia; Maurizio Brioschi e Alfonso Fuggetta del Cefriel, centro di eccellenza per l'innovazione, la ricerca e la formazione nel settore dell'ICT.

Diana Bracco, Amministratore delegato del gruppo omonimo, concludendo i lavori ha detto*: "E015 è stato fin dall'inizio un progetto tecnologico visionario e coraggioso ed è un esempio virtuoso di sinergia tra organizzazioni, istituzioni e aziende di tutto il territorio nazionale. Facendo sistema si raggiungono traguardi importanti"*. Sottolinea Diana Bracco: *"mi sono attivata verso il ministro Franceschini affinchè tutti gli enti culturali e i territori adottino gli standard tecnologici dell'E015 per dare massima visibilità al patrimonio culturale e artistico dell'intero Paese, portando i flussi turistici in tutte le regioni e le città italiane". "Trovo straordinario* - ha concluso Bracco - *che, come ha sottolineato il Vice presidente Fabrizio Sala, la Lombardia voglia dialogare sempre più con gli organi di governo dello Stato e con le altre regioni"*.

Maroni a Obama: Lombardy is more beautiful than Tuscany

"Lombardy is more beautiful than Tuscany"; lo ha detto il Presidente della Regione Lombardia Roberto Maroni incontrando l'ex presidente degli Stati Uniti Barack Obama, a cui ha consegnato il volume 'Amazing Lombardy', prima della conferenza clou di **Seeds&Chips 2017**. "I'll come back", la pronta risposta di Obama.

INNOVAZIONE

Innovazione: presentato a Torino il progetto Co-City

Presentato negli spazi di Open Incet il Centro di Open Innovation della città di Torino

"All'orizzonte ci sono tanti progetti e delle opportunità che dobbiamo saper cogliere utilizzando nuove forme di progettazione e di gestione dei beni comuni". Lo ha detto **Marco Giusta, Assessore al coordinamento delle politiche per la multiculturalità del Comune di Torino**, aprendo l'evento di presentazione del progetto Co-City. Giusta ha sottolineato la necessità per la città di Torino di mettere in pratica nuove forme di progettualità partecipate per la gestione condivisa dei beni comuni urbani. *"Bisogna puntare sulla partecipazione attiva e sulla capacità di decisione, perché le persone possano diventare cittadini attivi e consapevoli"*, ha aggiunto Giusta.

Sui temi al centro del progetto Co-City *"Anci ha deciso di farsi portavoce delle esperienze delle amministrazioni locali sulla gestione condivisa dei beni comuni e sulla collaborazione con la cittadinanza per ripensare all'intero sistema di welfare locale, che necessita di essere rivisto alla luce di nuovi modelli di intervento"*, ha rimarcato **Paolo Testa responsabile Area Studi di ANCI, l'associazione nazionale dei Comuni italiani**. *"Co-City* - ha aggiunto Testa - *sperimenta soluzioni che consentono alle città di migliorare la qualità della vita sui territori, di generare valore e ricchezza. Le grandi città hanno la necessità di muoversi in questa direzione, come dimostra il caso dei molti spazi abbandonati che, su iniziativa spontanea dei cittadini, si stanno rianimando e stanno trovando nuovi usi"*.

CO·CITY

Il Progetto Co-City

LA CITTÀ DEI BENI COMUNI E DELLA COLLABORAZIONE

La **Città di Torino** è una delle 18 vincitrici del primo bando **UIA - Urban Innovative Actions**, a cui hanno partecipato 378 città europee. La Commissione europea ha assegnato un finanziamento di **4,1 M€** al progetto **Co-City**, messo a punto dagli uffici del Comune in partenariato con Università di Torino, ANCI e Fondazione Cascina Roccafranca. Il progetto, che ha un budget complessivo di 5,1 M€, propone una sperimentazione del Regolamento sulla collaborazione tra cittadini e amministrazione per la cura, la gestione condivisa e la rigenerazione dei beni comuni urbani, approvato dalla Città a gennaio 2016, e prevede la riqualificazione di beni immobili e spazi pubblici in condizioni di degrado attraverso la stipula di **patti di collaborazione** tra l'Amministrazione e i cittadini attivi (Terzo Settore e gruppi informali), come strumento di lotta alla povertà e al degrado nelle aree più fragili della città.

Innovazione sociale, riqualificazione a basso costo, auto-costruzione, lavoro accessorio, tutoraggio e una piattaforma online consentiranno di attivare percorsi di sviluppo per co-produzione di servizi, imprese di comunità e **welfare urbano innovativo**. Le Case del Quartiere, guidate dalla **Fondazione Cascina Roccafranca**, saranno alla base della costituzione di una rete cittadina in grado di raccogliere istanze e progettualità, ma anche di accompagnare i processi di **community building**, innovazione sociale e produzione collettiva di welfare urbano a partire dalla gestione condivisa dei beni comuni.

Le "comunità di progetto" attivate sul territorio cittadino saranno il punto di riferimento per le azioni di rigenerazione urbana da attivare. L'**Università di Torino** avrà il compito di definire una vera e propria **cassetta degli attrezzi** per la gestione di politiche di rigenerazione urbana a partire dalla gestione condivisa dei beni comuni, attraverso: l'utilizzo della piattaforma FirstLife, tesa a favorire il coinvolgimento dei cittadini e mappare e organizzare i progetti di comunità, sperimentando anche un innovativo sistema di moneta virtuale per facilitare lo scambio di beni, servizi e tempo-lavoro, in un'ottica di sharing economy; il consolidamento di un modello giuridico fondato sulla collaborazione tra Cittadini e Pubblica amministrazione fondato sulla cura, la gestione condivisa e la rigenerazione dei beni comuni urbani; la costruzione di un modello gestionale sostenibile a supporto di processi di innovazione sociale su cui fondare nuove sperimentazioni di welfare urbano. L'**ANCI** sarà responsabile della comunicazione del progetto e della disseminazione dei risultati a livello nazionale. La **Città di Torino**, che coordina la realizzazione dell'intero progetto, metterà a disposizione le aree e gli edifici pubblici che verranno individuati nel corso della fase di progettazione, curerà il processo di definizione dei **patti di collaborazione** tra Cittadini Attivi e Amministrazione e garantirà gli investimenti economici necessari all'avvio della riqualificazione ed allo sviluppo di imprese di comunità e di strumenti di inclusione sociale e sostegno al reddito.

INNOVAZIONE

Italtel, un mondo di progetti e sfide

Ferraris: "le Reti devono essere sempre più dinamiche e il 5G rappresenta la loro linea evolutiva"

Attiva su diversi fronti, Italtel lavora per interfacciarsi al meglio con una società liquida, secondo un'espressione ormai usuale, e dal bisogno di reti sempre più dinamiche per contenuti dal numero crescente, veicolati da un'utenza perennemente connessa**.**

Ne parliamo con **Luca Ferraris, responsabile Strategy, Innovation & Communication di Italtel,** che traccia una panoramica delle sfide con le quali si misura l'azienda.

Luca Ferraris, responsabile Strategy, Innovation & Communication di Italtel

Quali sono i progetti su cui state lavorando?

Nell'ambito del programma Horizon 2020, partecipiamo al progetto europeo sulle small cells Sesame, che si concluderà entro dicembre 2017 e ci vede tra i promotori. Sempre in ambito 5G, poi, vantiamo la vittoria dei progetti europei 5G City, 5G Essence e Matilda. Sviluppiamo poi progetti anche per realtà worldwide come Cisco, con la quale vantiamo una solida partnership e che ha messo a catalogo il nostro prodotto Netwrapper, che sviluppa i servizi sulla rete mantenendo intatte le caratteristiche di quest'ultima, in un processo di armonizzazione e adattamento dinamici della rete stessa alle esigenze delle applicazioni. In una competizione ormai globale, se si vuole rimanere sul mercato la differenza si gioca sul valore aggiunto. Non si può gareggiare sul prezzo, soprattutto se dall'altra parte ci sono competitor orientali che su questo parametro rischiano di vincere. Le reti moderne devono essere sempre più multiformi, elastiche e flessibili; ci servono, sono strumento essenziale che deve essere improntato al massimo dinamismo. In quest'ottica, il 5G si colloca in una linea evolutiva del concetto di rete.

Possiamo parlare di filosofia delle reti, quindi?

Certo, ed è tale nel momento in cui fa incontrare esigenze molto diverse, quindi più bande e il bisogno di intercettare, per esempio, i trend dell'IoT, per cui è necessaria una rete capillare nonché una latenza molto bassa, cui si aggiunge il throughput, in un insieme di elementi spesso in competizione l'uno con l'altro. E' in atto una sperimentazione in ambito 5G nel 2018 ad opera del Mise, che ha indetto un bando in corso per tre cluster: del Nord, che riguarda Milano; del Centro, che comprende Prato e L'Aquila; del Sud, che coinvolge Matera e Bari. La nostra partecipazione, con Cisco e Tim, riguarda tre servizi: la Sanità digitale, con la possibilità di monitorare i malati cronici grazie a tablet muniti di applicazioni atti a mantenerli in contatto con gli ospedali e realtà wearable che consentano di raccogliere i dati dei pazienti in un monitoraggio utile a evitare il ricorso superfluo al pronto soccorso; i video per eventi legati a realtà molto affollate, quali stadi o fiere, che richiedono consumo di banda e bassa latenza: in questo senso l'ottica è quella di sviluppare l'edge computing contrapponendolo al cloud, cui ricorrere in un secondo momento, creando delle mini-reti più potenti con un nuovo modello di data center periferico che risulti munito di applicazioni da accendere o spegnere alla bisogna; e ancora, Industria 4.0, nella logica di sicurezza del lavoratore nell'immediato e di tutela della sua salute sul lungo periodo grazie ad applicazioni indossabili.

Un futuro dall'innovazione costante, quindi?

Non solo costante, ma a tutto tondo. Grazie a Team Open Innovation si crea un ecosistema con Partner industriali e legati al mondo dell'Università e della Ricerca, in un rapporto win-win tra idee nuove in ambito start up, una realtà solida come la nostra e il contatto con Clienti con visione manageriale. Team Open Innovation rappresenta un programma di sinergia che ci vede trait d'union tra vari mondi e in effetti ha la propria declinazione maggiore proprio nella relazione con le start up, che spesso hanno bisogno di un know-how che permetta di rendere le loro intuizioni 'spendibili' a livello industriale.

CERCA E VERIFICA I TUOI CLIENTI E I TUOI FORNITORI

LISTE
VISURE
BILANCI
DOSSIER

Vuoi sapere di più sull'affidabilità dei tuoi clienti e dei tuoi fornitori? Vuoi incrementare il tuo business? GUIDAMONACI.IT è il portale qualificato della Business Community, per scaricare liste personalizzate con Visure, Bilanci e Dossier aziendali

GUIDA MONACI S.p.A.

Business intelligence, Marketing analysis, Company check,
Procurement management, Conflitti di interessi tra parti correlate

INNOVAZIONE

Dalla lampadina al Digital Industrial

General Electric compie 125 anni: fondata da Thomas Edison e costantemente animata da una spinta all'innovazione tecnologica, ha contribuito a cambiare il modo di vivere di milioni di persone nel XX secolo, spaziando dalle tecnologie che hanno contribuito a scrivere la storia a quelle che hanno cambiato la vita quotidiana di milioni di persone, in un percorso tanto lungo quanto ancora lontano dalla fine.

Nell'aprile del 1892, dalla fusione della Edison Electric Light Company con la Thomson-Houston Company nasceva General Electric Company: ed è un compleanno che GE, oggi divenuta uno dei più grandi gruppi industriali digitali con oltre 300.000 dipendenti nel mondo, di cui 11.500 in Italia, celebra ripercorrendo le tappe fondamentali della propria vita, di pari passo con le principali fasi storiche che ha attraversato: dal tramonto della Belle Époque alle due guerre mondiali, passando per la grande depressione per poi ripartire con il boom economico e la corsa allo spazio.

Si parte dagli anni a cavallo tra il XIX e il XX secolo con i primi e promettenti traguardi in campo scientifico e medico, segnati per esempio dall'invenzione della lampadina con filamento di tungsteno duttile che sostituì il filamento di carbonio e tale è rimasta fino ai giorni odierni, come dalla realizzazione, nel 1896, della strumentazione elettrica per la produzione di raggi X che sarebbe stata alla base dello sviluppo della radiologia.

1909_William D. Coolidge sviluppa il duttile filamento di tungsteno, ancora usato nelle lampadine elettriche di oggigiorno

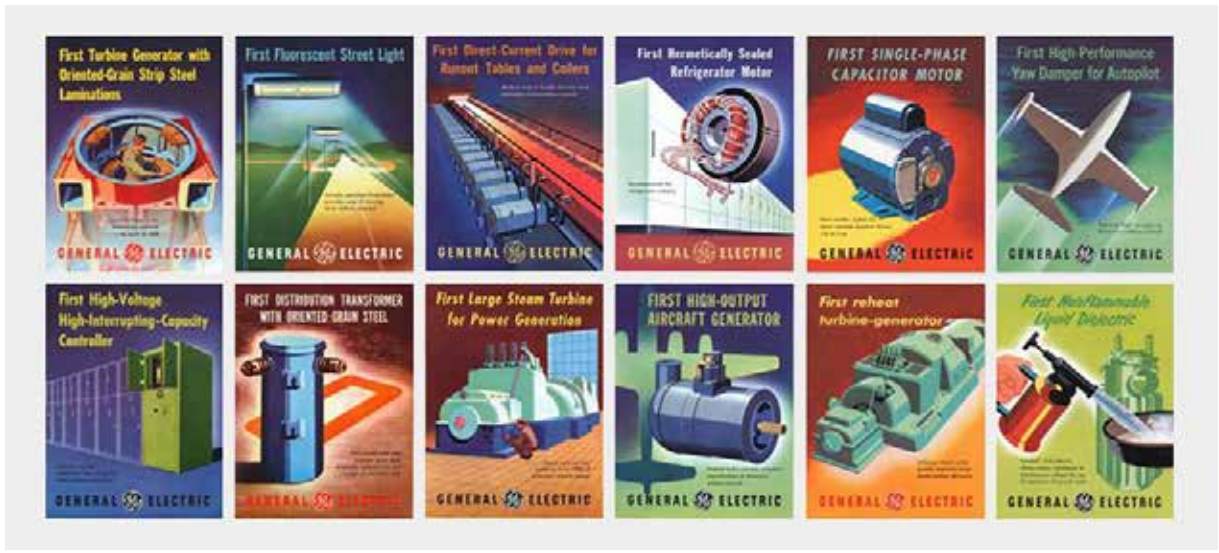
L'esaltazione del progresso, con le locomotive elettriche di GE che hanno sostituito i treni a vapore, o le sue tecnologie utilizzate per le chiuse del Canale di Panama, lascia spazio negli anni della grande depressione alle immagini pubblicitarie che promuovono prodotti economici e per tutte le tasche; ed allora nasce GE Consumer Finance, oggi GE Capital, per permettere l'acquisto di prodotti GE anche a coloro che erano stati rovinati dal giovedì nero di Wall Street. E nonostante la crisi, negli anni Trenta l'azienda raggiungeva i massimi livelli nel campo degli elettrodomestici - dai ventilatori ai tostapane, dai fornelli elettrici ai tritarifiuti passando per le lavatrici e i frigoriferi - delle comunicazioni, dell'impiantistica elettrica, dei motori e della plastica.

Negli anni Quaranta, sulla spinta bellica della seconda guerra mondiale, General Electric inizia a produrre i primi motori aeronautici a reazione statunitensi, e continua a recitare un ruolo importante anche nel periodo successivo al conflitto. La grande rinascita sociale ed economica è testimoniata dalle immagini di importanti innovazioni con cui GE ha contribuito al miglioramento della vita quotidiana dei cittadini, riconvertendo le competenze sviluppate in campo militare per la creazione di nuovi e più efficienti elettrodomestici. Oltre a sviluppare nuovi motori aeronautici, la ricerca GE sulle turbine a gas ha portato alla creazione di modelli per la produzione industriale di energia elettrica e per la propulsione navale. La LM-2500, ad esempio, è la turbina a gas per uso navale più diffusa al mondo, imbarcata su quasi 600 navi militari, comprese quelle della Marina Militare italiana.

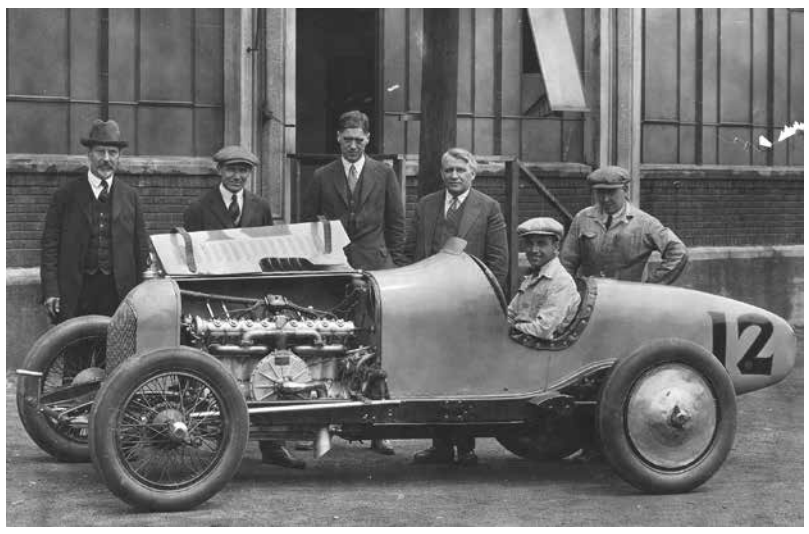
La ricerca GE rappresenta uno dei propulsori dell'era del grande sviluppo tecnologico, non ancora concluso. Dagli elaboratori elettronici, antenati delle moderne tecnologie IT, ai magneti superconduttori che saranno la base per l'imaging a risonanza magnetica, il contributo dell'azienda attraversa campi molto diversi tra loro e giunge fino allo spazio. Nel 1969, Neil Armstrong compie il primo passo sulla luna con stivali prodotti in gomma di silicone da GE, simbolico coronamento di un impegno che ha visto l'azienda fornire anche un supporto ai sistemi ingegneristici dell'allunaggio.

2016_GE annuncia il trasloco del suo quartier generale a Boston (Massachusetts)

1892_Con la fusione tra la Edison General Electric Company e la Thomson-Houston Company nas



1945_Poche settimane dopo la resa giapponese, GE inizia a produrre elettrodomestici con il nuovo sistema di produzione 'usato per costruire i bazooka'

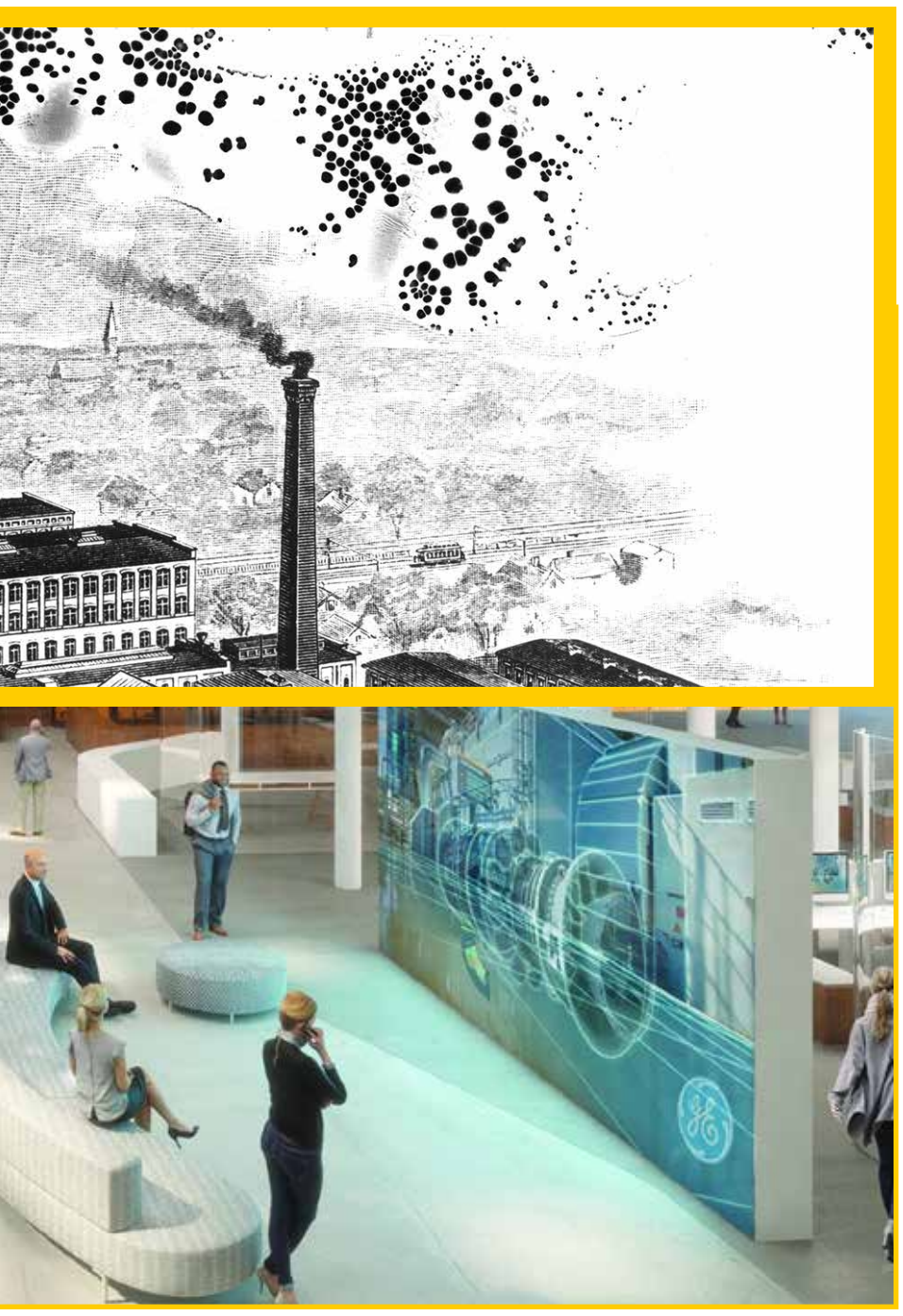


1925_Peter DePaolo vince la 500 miglia di Indianapolis a bordo di una Duesenberg Special equipaggiata con un GE SuperCharger

E GE continuerà a collaborare con la NASA realizzando, nel 1992, il Mars Observer, per mappare la superficie di Marte studiando la geologia e il clima del Pianeta rosso.

A 125 anni di distanza dalla nascita, la trasformazione di GE è ancora in corso: nel 2015 la società ha annunciato la cessione di gran parte delle proprie attività finanziarie per tornare a concentrarsi sull'industria, ma con una nuova vocazione digitale. Con il lancio delle divisioni GE Digital e GE Additive e il trasferimento del proprio HQ a Boston, GE si sta trasformando ancora per diventare la prima società digitale industriale del mondo.

1969_Neil Armstrong compie il primo passo sulla luna con stivali fatti con gomma di silicone di GE



sce General Electric.

“Un viaggio di cento anni”

INNOVAZIONE

È un film di Pupi Avati che racconta la storia del nostro Paese dall’ingresso dell’Italia nella Grande Guerra all'arrivo del *Frecciarossa* 1000 ad Expo Milano 2015. Le Ferrovie dello Stato Italiane hanno infatti affidato al celebre regista **Pupi Avati** il compito di raccontare attraverso un docufilm di 45 minuti un secolo di storia del nostro Paese attraverso il viaggio di un treno.
In tutti gli anni di viaggio di questo treno, che parte nel 1915 e arriva nel 2015 ad Expo, il Gruppo FS Italiane ha avuto il presidio diretto e costante dell’equilibrio fra tecnologie, uomini e organizzazione fin dalle fasi di definizione dei progetti infrastrutturali così come dei servizi offerti e dei processi industriali, in un’ottica di innovazione e miglioramento continuo. Apparati e sistemi per la sicurezza della circolazione ad oggi impiegati sulla rete italiana sono diversificati e integrati tra loro in base alle caratteristiche delle linee e al tipo di traffico che su esse si sviluppa: passeggeri o merci; lunga, media o breve percorrenza. Tutto il management, il personale, i fornitori, gli appaltatori sono impegnati per mantenere i più elevati standard di sicurezza, per rendere migliori gli ambienti di lavoro e aumentare il benessere fisico, morale e sociale nell’ambito dello svolgimento dell’attività professionale.
Circa **9.000 treni al giorno** per un totale di 500 milioni di viaggiatori e 80 milioni di tonnellate di merci trasportate all’anno su una rete lunga **oltre 16 mila chilometri**; su questi numeri parte il futuro delle ferrovie che si delinea non solo in Italia ma anche sulle grandi tratte internazionali: da Lisbona a Kiev, da Berlino alla Sicilia, da Genova a Rotterdam. I treni italiani ora corrono in Europa.

Museo Ferroviario di Pietrarsa: il Capo dello Stato inaugura il completamento del restauro architettonico

Panoramica Museo Pietrarsanta

Il Presidente della Repubblica, **Sergio Mattarella**, ha inaugurato a Pietrarsa il completamento del restauro architettonico dell’intero complesso del Museo Nazionale Ferroviario. Presenti alla cerimonia **Vincenzo De Luca**, Presidente della Regione Campania; **Luigi De Magistris**, Sindaco di Napoli; **Carmela Pagano**, Prefetto di Napoli; **Roberto Esposito**, Commissario straordinario del Comune di Portici. A fare gli onori di casa, i vertici del Gruppo FS Italiane: **Renato Mazzoncini**, Amministratore Delegato e Direttore Generale; **Mauro Moretti**, Presidente di Fondazione FS Italiane insieme con il suo Direttore Generale **Luigi Cantamessa**; **Claudia Cattani** e **Maurizio Gentile**, rispettivamente Presidente e Amministratore Delegato e Direttore Generale di Rete Ferroviaria Italiana; **Tiziano Onesti** e **Barbara Morgante**, rispettivamente Presidente e Amministratore Delegato e Direttore Generale di Trenitalia.
Il restauro delle imponenti architetture ottocentesche, del giardino e delle terrazze sul mare con vista sul Golfo di Napoli, ha restituito al sito museale il suo antico splendore. Concluso il restauro architettonico, è iniziato quello dei materiali rotabili storici, che sarà fatto senza pregiudicare la fruizione della collezione da parte dei visitatori.
Il restauro architettonico ha richiesto un investimento complessivo di circa 15 M€. Tra i maggiori spazi espositivi al mondo e polo di cultura ferroviaria tra i più importanti d’Europa, il Museo Nazionale Ferroviario di Pietrarsa ha un’estensione di ben 36mila m² di cui 14mila coperti e nel 2016 è stato visitato da 65mila persone con un incremento del 63% rispetto al 2015.

l'intervento di **Renato Mazzoncini** nella sala delle locomotive davanti agli ospiti ed al **Presidente della Repubblica Mattarella**

INNOVAZIONE

Sopra Steria cresce veloce e si conferma leader della Trasformazione Digitale

Non è da tutti, di questi tempi, crescere del 18% anno su anno; ed è quel che ha fatto nel 2016 la consociata italiana di Sopra Steria, multinazionale di origine francese specializzata nell'accompagnare i suoi clienti, grandi aziende ed enti della Pubblica amministrazione, nel loro percorso di innovazione, all'insegna della definizione che il gruppo stesso si dà: "*leader europeo della trasformazione digitale*". Il risultato poggia su competenze di rilievo, differenziate sui diversi mercati di riferimento dell'azienda, che affianca all'IT "classic" una forte practice in area IoT e Digital e Big Data, e soprattutto una grande capacità di interpretare appieno le esigenze dei suoi Clienti e di seguirli nel disegno e nella implementazione di progetti IT complessi e nella loro evoluzione attraverso l'erogazione di servizi di manutenzione e supporto.

Le Persone

Uno dei punti di forza dell'azienda è l'attenzione alle Persone: una caratteristica che origina dalla capogruppo ed è oggetto di grande attenzione da parte del Management della consociata italiana, con in testa **Mauro Fiorilli**, Amministratore Delegato, e **Stefania Pompili**, Direttore Generale, che sottolinea: *"Senza questa competenza e questo imprinting, l'azienda non avrebbe potuto passare rapidamente, sul solo mercato italiano, alle attuali 1.000 risorse, e soprattutto non avrebbe potuto crescere di 110 risorse nel corso del 2016, e di ulteriori 53 nei primi tre mesi del 2017"*.

Processi di valutazione stringenti permettono di premiare le eccellenze e di valorizzare i percorsi di crescita; e l'uso della formazione

Stefania Pompili, Direttore Generale di Sopra Steria Italia

in modo intensivo accompagna proprio la crescita delle risorse e il loro allineamento con le esigenze espresse dai Clienti, sempre più innovative e sempre più all'insegna della Trasformazione digitale.

L'azienda cresce quindi in ricavi, margini e persone, e punta su due tipi di figure: da un lato, risorse senior, esperti e specialisti, rivolti soprattutto a Big Data, Analytics, Digital marketing, temi tipici dei Data Scientist; dall'altro, giovani entusiasti, intercettati principalmente nel post-laurea e indirizzati preliminarmente su formazione specialistica. L'importanza attribuita a queste figure è altissima: il 75% delle nuove risorse che entreranno in azienda nel 2017 avrà meno di trent'anni, e il loro ingaggio può essere duplice: da un lato, training on the job, con l'inserimento diretto su progetti live; dall'altro, un ulteriore passaggio in centri di formazione specializzati, fra cui eccelle la UIIP di Ariano Irpino (AV), che organizza corsi residenziali per neolaureati del Centro e Sud d'Italia, in cui trasferisce sia *soft skills* che competenze specialistiche sul mondo dei dati e delle informazioni, sulla loro gestione e soprattutto sulla loro interpretazione a fini di business.

Il modello organizzativo

In Italia, Sopra Steria si articola su tre divisioni: una centrica su Roma ed indirizzata a **PA, Enery & Telco**, con la Business Intelligence, i Big Data e gli Open Data come componente di eccellenza; una seconda, con centro di gravità a Milano, dedicata ad **Industria e Servizi**, che insieme al **Fashion and Luxury** sono le componenti storiche dell'azienda e che oggi, in aggiunta alle tipiche attività di progetto e di application maintenance si dimostrano particolarmente sensibili a temi di frontiera quali SAP Business Warehouse e SAP Hybris Commerce, approccio Omnichannel, Digital marketing e Digital business in genere; una terza, su cui spicca il polo di Parma, dedicata ai **Financial Services**, in forte crescita soprattutto sulle realtà medie e con forti competenze sia sulla gestione dell'esistente sia sull'innovazione spinta, all'insegna del Digitale.

Ovviamente, le skill specifiche non restano concentrate nei silos delle Industries, ed il fortissimo interscambio di competenze e di esperienze fra i diversi comparti dell'azienda come a livello di gruppo permettono di sottolineare una delle peculiarità di Sopra Steria: l'essere al tempo stesso una multinazionale, con i vantaggi dell'interscambio di competenze ed esperienze fra diversi mercati nazionali e diverse practices, ed il mantenere un livello elevatissimo di autonomia a livello locale, che permette ingaggio forte sui

Mauro Fiorilli, Amministratore Delegato di Sopra Steria Italia

Clienti e grande rapidità di reazione.

I Clienti, come le Persone, sono al centro del modello di Sopra Steria; e le strategie vengono dettate proprio dalla roadmap dei Clienti, e non dalle visioni tecnologiche né tanto meno dal condizionamento che i Vendor possono operare verso il Mercato ed i loro Partner; e questo permette a Sopra Steria di perseguire un approccio integrato, dalla ricezione delle esigenze di business del Cliente alla formulazione della proposta adeguata, fino al delivery della soluzione. Ed in questo scenario, Stefania Pompili ci tiene a sottolineare: *"Il livello di interazione e di interscambio di competenze a livello di gruppo è elevatissimo, certamente molto più di quanto abbia potuto sperimentare in altre multinazionali nelle quali ho operato; e questa osmosi è facilitata da processi collaborativi estremamente concreti. Ad esempio, ogni mese, il management della capogruppo e delle consociate si incontra a Parigi per una due giorni dedicata non ai numeri, ma proprio all'interscambio di competenze ed esperienze, di modo che ciascuno di noi possa portare a casa sia nuovi spunti da trasferire ai Clienti, sia indicazioni chiare di dove siano all'interno del gruppo esperienze specifiche e quindi dove poter reperire eccellenze specialistiche. Questo ci dà grandi vantaggi nel poter proporre grandi progetti di trasformazione, la cui proposta si basa da parte nostra su una stretta collaborazione internazionale e su best practices che traggono vantaggio da Paesi che su talune frontiere del Digitale sono più avanti di noi"*.

Sopra Steria Consulting

E ancora: *"La convinzione di dover essere in grado di accompagnare i nostri Clienti su una strada di Innovazione non solo tecnologica ma anche di processi, è testimoniata già oggi dal fatto che quasi il 10% del nostro fatturato global è di consulenza; di quella concreta, in cui conoscenza dei processi di business e competenza sulle tecnologie vanno a braccetto; e per dare ai nostri Clienti il meglio di questa attività, da gennaio 2017 anche in Italia abbiamo costituito una Business Unit* ***Sopra Steria Consulting****, con già oggi 16 consulenti specialisti in organico ed una practice che poggia sulle metodologie di gruppo. Insomma, prima ancora che proporlo ai nostri Clienti, noi in primis seguiamo l'approccio bimodale: cambiamento dei processi da un lato, dominio avanzato delle tecnologie dall'altro"*.

Autonomia e competenze come leve per il successo

A fronte della possibilità di attingere alle competenze ed esperienze a livello di gruppo, forte di 3,7 Mld€ di fatturato e 40.000 persone in 20 nazioni, emerge come chiaro valore per i singoli mercati, Italia compresa, il grande livello di autonomia. Nel rispetto delle

strategie di gruppo, che indicano nei Clienti Enterprise il target strategico e nella crescita di ricavi e margini gli obiettivi di business, qualsiasi decisione può essere presa localmente, e le eventuali approvazioni internazionali si ottengono in tempi rapidissimi, anche qualche ora. *"Non ci sono molti segreti per il successo: questa è una formula che permette di essere vicini ai Clienti, immediatamente proattivi, più rapidi di quanto in nostri Clienti hanno l'abitudine di ottenere da altri"*, sottolinea Stefania Pompili, che aggiunge: *"il nostro business non ha bisogno di super-venditori; si basa su competenze reali, declinate con concretezza e chiarezza da persone la cui credibilità si basa sulla coscienza e serietà con cui hanno gestito nel tempo le relazioni ed i progetti proposti ai Clienti; è questo, insieme alla capacità che ci viene dal saper fare, il nostro valore. Al tempo stesso, la creazione di diverse communities verticali trans-nazionali – Transportation, Cyber Security, Telco, Retail, Energy solo per citarne alcune - ci permette con grande efficacia di definire le strategie e condividere le sinergie con grande efficacia, a tutto vantaggio dei nostri Clienti"*.
Alcune practices sono particolarmente sviluppate proprio in Italia: ne è un esempio il tema della Omnicanalità, su cui Sopra Steria ha da tempo una stretta collaborazione con SDA Bocconi School of Management, per un programma che ha definito un Omnichannel Maturity Model e sulla base di questo ha portato ad analizzare un significativo numero di aziende definendone il grado di maturità e sottoponendo loro una roadmap per guidarne il cambiamento. Dalla prima fase di questo progetto è scaturita la pubblicazione del libro "Omnicanalità: assicurare continuità all'esperienza del cliente" edito da Egea; ed a settembre 2016 è partita la seconda fase del progetto.
Sottolinea Stefania Pompili: *"quelle delle nostre communities, quelle che emergono dai nostri progetti di ricerca e dalla collaborazione con SDA Bocconi non sono esperienze teoriche, ma un importante sistema di osmosi fra competenze, esperienze, capacità e visioni prospettiche, che ci permettono di dichiarare con fierezza la nostra leadership sulla trasformazione digitale"*.

Banca Sella, l'offerta dedicata alle startup vince il premio Abi per l'Innovazione

Banca Sella ha ricevuto il Premio Abi per l'Innovazione per le imprese nella categoria "La banca per i clienti corporate", nell'ambito della settima edizione del premio per l'innovazione nei servizi bancari, istituito dall'Associazione Bancaria Italiana. Il riconoscimento è stato conferito per il progetto "Up2Start", una linea di prodotti e servizi studiati appositamente per le startup che comprende, oltre ad alcuni servizi bancari di base, anche soluzioni ad alto contenuto tecnologico e il supporto di esperti della banca nello sviluppo dell'idea di business, oltre alla possibilità di accedere ad uno dei percorsi di accelerazione di SellaLab, l'incubatore di imprese del gruppo. Banca Sella ha ricevuto il premio *"per aver introdotto* - si legge nella motivazione data dall'Abi - *una soluzione che supporta le startup nelle fasi iniziali della loro attività attraverso un'offerta che mette a disposizione degli aspiranti imprenditori una cassetta degli attrezzi completa di tutto l'occorrente necessario per sviluppare l'idea"*. Con Up2Start, le startup possono contare su un'offerta iniziale che, oltre al conto corrente dedicato, alle carte di pagamento ed ai servizi di internet banking, prevede un servizio di consulenza fornito dagli esperti di Banca Sella su diversi temi come l'economia digitale o la finanza d'impresa, al fine di permettere ai titolari di questi conti di far crescere ulteriormente la propria idea imprenditoriale. Tra le possibilità, anche quella di entrare in contatto con altre esperienze e professionalità e accedere al network di contatti della banca nel mondo delle startup: imprenditori, incubatori, centri di ricerca e potenziali investitori. Le startup possono poi scegliere di attivare altri servizi necessari per portare avanti con successo il proprio business come, ad esempio, la piattaforma di e-commerce, l'attivazione dei servizi di fatturazione elettronica o, ancora, richiedere un finanziamento dedicato al supporto del proprio progetto, fino all'opportunità di entrare nel percorso di accelerazione di SellaLab, con particolare attenzione ai programmi dedicati al settore fintech, blockchain e internet of things. Nelle scorse settimane il servizio "Up2Start" era già stato premiato con una menzione di merito nella categoria "Nuovi servizi alle imprese" nell'ambito del premio "Financial Innovation - Italian Award" da AIFIN - Associazione Italiana Financial Innovation, che ogni anno viene assegnato alle aziende che propongono soluzioni innovative nel settore bancario, assicurativo e finanziario, e aveva ottenuto il primo premio nell'ambito del "Mf Innovazione Award 2016" nella categoria "Servizi di conto corrente e di pagamento per le imprese".

Il professionista del terzo millennio è già digitale?

Pierfrancesco Angeleri, Managing Director di Wolters Kluwer Tax & Accounting Italia

Le considerazioni di Pierfrancesco Angeleri, Managing Director di Wolters Kluwer Tax & Accounting Italia
Pierfrancesco Angeleri conosce profondamente il mondo dei professionisti italiani: "*Oggi il professionista si è molto avvicinato al mondo digitale anche se non possiamo certo considerare pienamente digitalizzato il comparto. L'offerta a supporto dei professionisti è cambiata radicalmente e non rallenta la sua corsa all'evoluzione. Senza la svolta digitale, il professionista italiano non può, oggi, considerarsi adeguato. Nel proporre innovazione dobbiamo tenere conto di tanti fattori*".
Tre sono i pilastri fondamentali sui quali oggi si basa l'innovazione di Wolters Kluwer Tax & Accounting Italia: la valorizzazione della capacità consulenziale vs l'adempimento, la centralità del professionista, la collaborazione.
"Abbiamo lanciato il progetto Genya, che rivoluziona letteralmente il mondo delle soluzioni gestionali per gli studi professionali e le aziende. Attraverso un nuovo modo di lavorare proposto da Genya, il professionista ottiene innumerevoli vantaggi in termini di capacità gestionale, velocità, precisione, mobilità, controllo. Gli offriamo lo strumento ideale per ottemperare ai suoi obblighi procedurali e guadagnare tempo da investire nella consulenza, aiutato dagli stessi strumenti digitali che gli forniscono elementi e dati di business intelligence indispensabili nell'aiutare ad orientare la clientela. Il progetto Genya ha visto l'introduzione della suite Bilancio e, come successiva logica conseguenza, della suite Dichiarativi per società. Il progetto si completerà a fine anno con la suite Dichiarativi Persone Fisiche e la suite Contabilità. Un'enorme innovazione che costruisce un'autostrada digitale soprattutto facile e logica da percorrere anche per quel professionista che non si sente ancora un professionista 'punto qualcosa' ".
Il commercialista, per formazione ma anche per storicità della professione, è un patrimonio per la sua clientela e grazie alla sua esperienza e formazione ne favorisce lo sviluppo imprenditoriale e professionale.
"*Wolters Kluwer Tax & Accounting Italia parte proprio da questo concetto, quando sviluppa nuovi software.* – spiega Angeleri - *La soluzione digitale deve includere il commercialista, perché la sua competenza non è mai automatizzabile. Le nostre soluzioni, ad esempio quelle per la fatturazione elettronica B2B, coinvolgono il professionista con un ruolo di supervisione e di osservazione, a tutto vantaggio per il cliente in termini di rassicurazione e precisione dell'adempimento ma anche per il commercialista che, sgravato dall'operatività, resta centrale nell'attività mantenendo e anzi accrescendo la conoscenza del cliente, delle sue attività e potendo così essere sempre allineato nella sua funzione consulenziale*".
"*La nostra società* – conclude Angeleri- *si è impegnata tantissimo nello sviluppo di strumenti digitali che favorissero la collaborazione. Abbiamo portali collaborativi, ad esempio 'webdesk', che creano le condizioni ideali per un dialogo efficace e produttivo tra tutte le componenti coinvolte. Ci siamo impegnati affinché l'integrazione e la semplificazione entrassero nel lavoro di ogni giorno. La collaborazione e la comunicazione tra studio e clienti deve viaggiare nel web con la semplicità di un clic. Collaborazione e comunicazione digitale significano flessibilità, ubiquità, accessibilità, risparmio di tempo, di energia e di risorse preziose.*
Soltanto governando l'attività digitalmente il professionista manterrà ed accrescerà la sua capacità consulenziale verso il mondo imprenditoriale".

IL CONVEGNO

IT Day 2017, una classica dell'IT nazionale si apre all'Italia con FIDAInform

A Torino il 7 giugno la "classica" torinese, quest'anno prima tappa di un giro d'Italia per l'Innovazione all'insegna del Digitale

Torna l'ormai consueto appuntamento con l'IT DAY, evento promosso ed organizzato dal **Club Dirigenti di Informatica** *dell'Unione Industriale di Torino, che quest'anno* si arricchisce della collaborazione di FIDAInform, la Federazione dei Club dei Dirigenti di Informatica che raggruppa i Club di Torino, Milano, Genova, Bologna e Roma, ed a cui sono vicini anche i Club di Ancona/Firenze e Padova.

Il tema dell'edizione 2017 di IT Day è **"ITalia 4.0 trasformazione digitale: impresa e società".**

E' quindi una splendida occasione per fare il punto, con lo spirito frizzante e veloce che contraddistingue l'incontro, su Comunicazione, Etica e società, Pubblica Amministrazione, e analizzare, discutere e confrontarsi sulle **opportunità ed i rischi dell'evoluzione della Digital Transformation.**

Dalle **13.30 alle 19 del 7 giugno, a Torino presso il Teatro Regio,** IT Day accoglierà e racconterà storie di Innovazione basate sul Digitale proposte da **RAI, ONU, ONG 2.0, Banca Sella** ed una giovane **Youtube influencer**, che proporrà la new vision della "società digitale" di oggi e di domani.

Con IT Day parte anche il **Tour FIDAInform Innovation Contest "Eccellenze digitali per il cambiamento e la crescita",** un programma di focalizzazione e presa di coscienza del tema della Digital Transformation e dei suoi impatti per le realtà italiane, pubbliche e private, delle più diverse dimensioni, ed un **contest** per incontrare ed ascoltare **esperienze** e **testimonianze** di aziende e start up dedicate al B2B, per stimolare **riflessioni** ed azioni, **conoscere startup** e **aziende innovative**, creare nuove alleanze e partnership, **votare** le migliori esperienze e startup.

Paolo Paganelli, Presidente di FIDAInform

Sottolinea **Paolo Paganelli, Global IT Director di UFI Filters e Presidente di FIDAInform**: *"Avere abbinato IT Day 2017 con la prima tappa del tour di FIDAInform è stata un'idea geniale: Torino è una delle piazze in cui l'Innovazione è di casa, e che vede aziende del Digitale partire dalle nostre eccellenze per rivolgersi all'Italia ed all'Europa. Aver messo in cantiere un contest che vedrà sia progetti innovativi di Imprese ben strutturate ma che vedono nella Digital Transformation uno strumento chiave per meglio competere a livello globale, che start up che propongono con una visione fresca strumenti e servizi per cavalcare l'Innovazione basata sul Digitale, è per noi motivo di orgoglio".*

Davide Gindro, Group CIO di Datalogic e Presidente del Club Dirigenti di Informatica di Torino, e quindi *titolare di cattedra* dell'IT Day 2017, aggiunge: *"Torino si apre all'Italia, e l'Italia del Digitale, che vede CDI e tutti i Club associati a FIDAInform attivi nel sostenere l'importanza della disciplina in cui operiamo quotidianamente, prenderà atto ancora una volta di quanto Torino ed il Piemonte giochino un ruolo chiave sul tema dell'Innovazione in Italia".*

IT Day è sponsorizzato da **Dynatrace**, **Metisoft**, **Audi** con Rinaldi Valmotor, **SAS**, ed ancora Betacom, Gruppo Consoft, Finsoft, NBSecurity RTT, ed è sostenuto, come l'iniziativa FIDAInform, da NetConsulting cube, dalla sua consociata SIRMI e quindi da Digital Voice.

Davide Gindro, Presidente del Club Dirigenti di Informatica di Torino

INDUSTRIA 4.0

Cisco facilita l'Industria 4.0 in Italia

In corso Digitaliani, un piano d'investimenti di 100 milioni di dollari

Industria 4.0, Cisco si ritaglia un ruolo da protagonista anche nel nostro Paese con un ambizioso piano d'investimenti che sta portando i suoi frutti, come spiega ampiamente **Michele Dalmazzoni, Collaboration & Industry Digitization Leader di Cisco Italia.**

Ormai si parla sempre più diffusamente di Industria 4.0, anche nell'agenda politica con il Piano Calenda. Quali le azioni di Cisco?

La digitalizzazione ha un impatto indubbio sul mondo delle imprese ed è un fenomeno che riguarda tutti gli ambiti economici della società; basti pensare allo smart working o alle smart city, solo per fare due di numerosi esempi possibili. Questo fenomeno va tradotto nei modelli di business nonché nei processi industriali e manifatturieri. Il Piano Calenda è contingente e rappresenta un'iniziativa che facilita una transizione in atto a livello

Michele Dalmazzoni, Collaboration & Industry Digitization Leader di Cisco Italia.

globale. L'Italia si caratterizza per l'alto numero di Pmi in un quadro molto frantumato, ma anche dalla consapevolezza crescente dei cambiamenti in atto grazie allo sforzo di Istituzioni, associazioni confindustriali e università che hanno sensibilizzato le piccole e medie imprese sulla necessità d'innovarsi per rimanere sul mercato. In questa cornice s'inserisce Digitaliani, partito un anno fa e che stanzia 100 milioni di dollari di investimenti strategici nell'arco di un triennio.

Cosa prevede Digitaliani?

Siglato con il Governo, il piano prevede diverse aree di focalizzazione, oltre 100.000 studenti da formare grazie a protocolli d'intesa e investimenti con aziende rappresentative degli asset economici dell'Italia, che sono agroalimentare e industria. Le imprese hanno bisogno d'infrastrutture di rete che consentano scalabilità, accessibilità e sicurezza garantite da una linea strategica. La convergenza delle reti, infatti, è un presupposto fondamentale della digitalizzazione e in assenza di questa non è possibile implementare in modo opportuno nessun progetto di Industria 4.0. Abbiamo quindi avviato investimenti con aziende particolarmente rappresentative sul piano dell'eccellenza quali, per esempio, Fiat Chrysler, Dallara, Gruppo Veronesi, Marcegaglia o La Marzocco, che ha saputo ritagliarsi una nicchia di mercato cresciuta esponenzialmente grazie all'internazionalizzazione. Con queste aziende si è tracciata una digital roadmap condivisa e il nostro intervento si focalizza in soluzioni che ridisegnano l'intero processo di produzione: siamo l'acceleratore ma anche il polarizzatore di un ecosistema comprendente l'intervento di altre società che fanno consulenza di processo gestionale e fiscale, oltre che l'apporto delle università.

A questo proposito, qual è il vostro contributo al vivace sviluppo delle start up italiane?

Digitaliani contempla tra le sue azioni anche il sostegno alla comunità delle nostre start up più innovative. La chiave per competere rimane la conoscenza, ma anche le idee più brillanti hanno bisogno di una declinazione in ambito industriale, di qualcuno che ne valuti la scalabilità operativa. Noi svolgiamo un lavoro di selezione per i nostri clienti, facendo da filtro e ricerca. A livello imprenditoriale, il profilo giusto *e più performante* è quello di aziende snelle, tecnologicamente avanzate e con una propria espressione matura. Chi ha queste caratteristiche e si è aperto al mercato globale ha registrato e continua ad avere una grande crescita non sentendo la crisi del mercato domestico, ma l'internazionalizzazione va di pari passo con la necessità di innovazione, che fa a sua volta rima con digitalizzazione in un percorso di profondo cambiamento. Cisco c'è per coadiuvare a 360 gradi l'impresa, soggetto protagonista della sfida Industria 4.0.

Componenti e competenze pilastri per Industry 4.0

Interroll, azienda leader dell'intralogistica e del motion, crede che due tra i pilastri portanti di Industry 4.0 siano i componenti degli impianti e le competenze necessarie ad assecondare le esigenze della quarta rivoluzione industriale. Nel corso dell'incontro tenutosi a Milano, le riflessioni sull'evoluzione del mondo industriale e manifatturiero sono state affidate a **Claudio Carnino, direttore commerciale e country speaker di Interroll Italia** e al **prof. Marco Taisch, professore ordinario al Politecnico di Milano, Dipartimento di Ingegneria Gestionale, dove insegna Advanced and Sustainable Manufacturing.**

L'evoluzione dell'industria passa attraverso le tecnologie, le nuove applicazioni, attraverso la convergenza e la contaminazione tra settori attigui con l'obiettivo di generare qualità più elevata, velocità, maggiore produttività, risparmio energetico e di risorse, ambienti produttivi più rispettosi e vivibili.

Claudio Carnino, direttore commerciale e country speaker di Interroll Italia

Come cambierà il mercato e la produzione? Quali saranno le basilari necessità?

Per **Claudio Carnino**, un elemento fondamentale dell'evoluzione industriale è la sempre più pressante automazione dei processi produttivi e di quelli distributivi. Prima, durante e dopo la manifattura di un determinato bene vi è oggi un processo sempre più automatizzato. La ricerca persegue l'obiettivo di processi a sempre maggiore efficienza, efficacia, velocità, produttività.

"*Interroll ha intensificato da qualche anno la sua presenza nel mondo dell'industria manifatturiera e dell'automazione. A buon diritto possiamo definire l'azienda leader globale dell'intralogistica e del motion. Ciò significa che quando si deve spostare un oggetto A da b a c, è richiesta la nostra presenza. E questo in qualsiasi momento della catena produttiva; quando si produce, quando si immagazzina, quando si consegna.*" afferma Carnino

Marco Taisch:" *Le competenze delle diverse figure aziendali, a tutti i livelli dell'impresa, devono necessariamente evolvere verso un mondo in cui l'aspetto 'fisico' e tangibile si accompagna a quello 'digitale' e virtuale basato sul dato. La capacità di leggere, analizzare gestire dati e informazioni diventa l'elemento fondante di ogni professionalità del futuro. Le decisioni, che una volta potevano essere basate su intuito, devono oggi lasciare il posto a razionali e quantitative analisi di contesto. Per queste ragioni, quella che stiamo vivendo oggi non è solo una rivoluzione tecnologica ma anche e soprattutto culturale.*"

La qualità dei componenti del motion resta una delle centralità del rivoluzionario modo di fare industria, connessa e comunicante. Dove i processi a monte e a valle della produzione sono sempre più automatizzati, dove i comandi sono sempre più robotizzati, remotizzati e determinati da sistemi ciberfisici, il componente nell'impianto non può fallire.

FINTECH

FinTech: le startup rivoluzionano i modelli di business ed anche l'erogazione dei servizi finanziari

L'Europa è afflitta dalla sofferenza del settore dei servizi finanziari e dalla crescente insoddisfazione dei consumatori, a causa della grande base installata di sistemi legacy, della resistenza degli operatori storici al cambiamento e delle normative sfavorevoli. E' però matura per un'esplosione FinTech ora che i **Millennials** entrano nella forza lavoro e chiedono convenienza e servizi agili e personalizzati. Questo nuovo ecosistema sarà particolarmente favorevole per consentire alle start-up di lanciare **servizi esclusivamente digitali ed esclusivamente mobili** rivolti a consumatori esperti di tecnologia, spingendo gli operatori storici a considerare nuovi modelli di business e a stringere partnership con le start-up per rimanere competitivi.

"Con la crescente domanda di nuovi canali, interfacce user-friendly e servizi device-agnostic, ossia indipendenti dal dispositivo utilizzato, gli operatori storici non possono più fare affidamento su installazioni IT voluminose, isolate e costose per servire i propri clienti", afferma **Deepali Sathe**, analista di Frost & Sullivan. *"L'uso di **blockchain**, **analisi dei dati**, **intelligenza artificiale**, **apprendimento automatico**, **Internet delle cose** e **cloud** ha cambiato il modo in cui i servizi finanziari sono erogati e utilizzati. Il risultato è una maggiore efficienza, convenienza e soddisfazione dei consumatori FinTech"*.

Lo studio "**FinTech in Europe, 2016**", parte del programma Digital Identification Growth Partnership Subscription di Frost & Sullivan, rileva che molti paesi europei con un'elevata diffusione di Internet e un'elevata semplicità di condurre gli affari sono consci dell'impatto del FinTech. Le tecnologie avanzate diventeranno di uso comune entro cinque anni, con l'aumento della loro diffusione.

Mentre l'adozione di queste tecnologie è chiaramente la via da seguire per il settore dei servizi finanziari in Europa, la mancanza di chiarezza sulle prospettive dei **regolatori** riguardo a FinTech e i timori legati alla **sicurezza dei dati** ne stanno ostacolando la crescita. La fiducia dei consumatori nel post-recessione è al livello più basso di sempre, poiché l'ultima crisi finanziaria è stata il risultato di accordi fraudolenti da parte dei regolatori in tutto il mondo, che hanno aumentato il costo delle operazioni per le banche e altre società finanziarie.

Tuttavia, l'Europa gode di una forte domanda da parte dei consumatori e della presenza di uno snodo per i servizi finanziari: **Londra**. Con la **Brexit**, molti altri paesi stanno promuovendo ubicazioni alternative e proponendo offerte interessanti per le start-up con una struttura competitiva, ma ci vorrà del tempo perché possano eguagliare la solidità dell'infrastruttura e dell'ecosistema del Regno Unito.

La metà dei Clienti delle banche a livello mondiale oggi si rivolge alle società FinTech

Gli operatori FinTech sono nuove società specializzate in servizi finanziari, con meno di cinque anni di vita e con una base di clienti relativamente piccola ma in crescita; e metà della clientela bancaria di tutto il mondo utilizza prodotti o servizi di almeno una FinTech, secondo i risultati emersi dal primo World FinTech Report (WFTR) realizzato da Capgemini e LinkedIn in collaborazione con Efma.

Lo studio WFTR ha evidenziato in particolare che le FinTech stanno guadagnando terreno presso i clienti più giovani, agiati e pratici di tecnologia. La diffusione è maggiore nei mercati emergenti: in Cina e India oltre il 75% di clienti afferma di avvalersi di servizi erogati da operatori FinTech; seguono Emirati Arabi e Hong Kong.

Le FinTech hanno i maggiori successi in area gestione degli investimenti, dove il 17,4% dei clienti si avvale esclusivamente di esse e un altro 27,4% vi ricorre in aggiunta ai Provider tradizionali.

Lo studio WFTR, con così tante società FinTech specializzate in servizi di nicchia, ha evidenziato anche che molti dei loro clienti, il 46,2%, utilizzano i servizi di più di tre di queste società.

PILLOLE DI DIRITTO

di Avv. Alessandra Bisi (Alessandra Bisi - Giovanna Stella - Avvocati Associati, Milano)

Cloud Computing

Il *cloud computing*, ovvero il passaggio dalla gestione dei propri dati su *server* proprietari all'uso di risorse IT decentralizzate di terze parti accessibili via Internet è una grande opportunità. Ciò è dimostrato dal fatto che il mercato del *cloud* è in continua espansione e si prevede una ulteriore crescita del 22% per il 2017. Non stupisce dunque la necessità di una normativa che, oltre a permettere lo sviluppo dell'economia digitale, possa consentire alle persone fisiche il controllo dei loro dati personali, rafforzando la certezza giuridica per i soggetti economici e le autorità pubbliche. In particolare, per concretizzare questa esigenza di rinnovamento è stato emanato il regolamento europeo 2016/679 in materia di protezione dei dati personali con la cui applicazione, a partire dal 25 maggio 2018, il trasferimento di dati personali verso Paesi terzi od organizzazioni internazionali verrà regolato dagli artt. 44-50. L'utilizzo di sistemi di *cloud computing* che può prevedere il trasferimento di dati verso un Paese terzo o un'organizzazione internazionale, spesso extraeuropea, sarà dunque ammesso solo nel caso in cui la Commissione decida che il Paese garantisce un livello di protezione adeguato. Il discorso si fa ancora più complicato nel caso di trasferimento di dati di persone fisiche, poiché l'art. 43 del Codice della Privacy lo consente in una serie di ipotesi caratterizzate dal principio della necessità del trattamento che non ricomprende una serie di importanti casistiche, come la copia di backup online. Per ovviare a tale esigenza parrebbe sufficiente la predisposizione del consenso informato del titolare dei dati, purché sia indicata preventivamente la collocazione dei server. Nonostante le accortezze, l'utilizzo del *cloud* mette alla prova la consapevolezza e il controllo che si ha della sicurezza sotto tutti gli aspetti, e proprio per questo motivo occorre considerare seriamente la sicurezza e la *compliance* come problemi di primo piano. Infatti, a fronte delle enormi potenzialità del cloud bisogna tenere in debita considerazione i seguenti aspetti:

la riservatezza e la disponibilità delle informazioni allocate sulla nuvola dipendono anche dalle procedure di sicurezza adottate dal service provider;

il servizio prescelto potrebbe essere il risultato finale di una catena di trasformazione di servizi per cui l'utente potrebbe non sempre essere messo in grado di sapere chi, dei vari gestori dei servizi intermedi, può accedere a determinati dati;

il servizio virtuale, in assenza di adeguate garanzie in merito alla qualità della connettività di rete, potrebbe occasionalmente risultare degradato in presenza di elevati picchi di traffico o addirittura indisponibile laddove si verifichino eventi anomalie

È proprio per questo motivo che un intervento normativo strutturato nel settore sarebbe fondamentale.

MARKETING MANAGER

Gnam! Quando l'eccellenza agro-alimentare si fa Social

Intervista a Francesco Mastrovito, Marketing Manager dell'Associazione Extravaganza

Francesco Mastrovito, Marketing Manager dell'Associazione Extravaganza

Ottimi riscontri per la kermesse itinerante giunta alla sua IV edizione. In un mondo sempre più digitale, anche il cibo trova nuove vie per far parlare di sé; lo sa bene **Francesco Mastrovito**, che ha dato vita all'idea del suo Presidente, Franco Zito, facendo nascere "Gnam! Festival internazionale del cibo di strada".

L'evolversi del digitale impone al Marketing Manager di affrontare nuovi temi. Come vive lei questa trasformazione?

Il target del fruitore del cibo di strada ha subito una grande trasformazione. Il cibo non è più mero nutrimento, ma attiene alla cultura; è condivisione per eccellenza, sia nel momento di convivialità a tavola, sia nel momento della proiezione della propria esperienza sui Social Network. Secondo i dati CIA - Agricoltori Italiani, nel 2016 in Italia la ristorazione ambulante è cresciuta del 12% rispetto allo scorso anno. Sono 2.271 le imprese impegnate nella preparazione di cibo per il consumo sulla strada in stand, come avviene allo "Gnam! Festival del Cibo di Strada". Stando poi alle stime nel settore della gastronomia di strada, in Italia sono coinvolte oltre 60.000 attività che si sono attestate su un tasso di crescita annuo del 15% circa. Alla base di questo successo, che in Italia vede coinvolti 570.000 utenti di cui oltre 200.000 passati per la nostra manifestazione, è la capacità di comunicare. Sempre di più le nuove generazioni hanno trovato nella ristorazione veloce e di qualità un nuovo modo di raccontarsi. I proprietari sono di frequente persone che vengono da un mondo aziendale stressante, competitivo, e che hanno deciso di mettere a frutto la propria formazione professionale in quella che era una passione. Sono persone che si sono fatte studiare gli ingredienti appositamente da case internazionali per cotture veloci, varando in seguito un piano di comunicazione e di brand marketing degno della loro formazione dirigenziale: foto still life, costruzione di pagine aziendali sui Social, lancio di nuovi menu, strategie. Questa nuova classe imprenditoriale ha portato ai fornelli non solo la buona cucina del territorio, ma anche la genialità e l'innovazione che si riflettono nelle ricette, nel packaging e nell'uso dei Social Media come strumento virale di contatto e coinvolgimento.

Come si muove la sua azienda nel mondo digitale?

La quasi totalità degli investimenti è in promozione e comunicazione digitale. Sarebbe parso assurdo, anni fa, organizzare una manifestazione come "Gnam! Festival Internazionale del Cibo di Strada" senza locandine e volantini. Oggi invece la gestione è totalmente digitale. Il fatto di rivolgersi apertamente a tutti comporta però dei rischi nel definire la propria offerta, che è popolare ma di qualità. Quindi diviene essenziale che la comunicazione e le leve di marketing applicabili siano sempre sui contenuti di cui il digitale ha bisogno. Per un evento come il nostro, di portata internazionale, è importante avere un atteggiamento di apertura e comunicare la volontà di inclusione delle diverse culture in un unico mondo. Tuttavia non bisogna cedere a tentazioni di aggregazioni casuali, perché la sharing economy si fonda su presupposti che sono altri.

Con che sistemi IT operate e chi sono i vostri principali fornitori di tecnologia e servizi?

La nostra manifestazione è in strada, e per questo non abbiamo bisogno di software particolarmente evoluti. Il sito (www.gnamfest.com), nato all'esordio di questo progetto, è in via di rifacimento. Pensiamo di affidare in outsourcing la sua gestione, favorendo anche una piattaforma blog per lo storytelling. Complessi problemi di gestione di crisi, con un target di clientela così ampio, sono risolvibili grazie all'immediatezza del digitale. Questo significa anche essere sempre pronti a rispondere delle proprie strategie. I sistemi IT potrebbero essere importanti per formare il network che abbiamo consolidato, dando continui aggiornamenti sulla regole da seguire a livello europeo, ma per ora siamo ancora una start up. Sicuramente nel futuro potremmo studiare anche una formazione Intranet adeguata ai mercati internazionali sui quali ci presentiamo. Una cosa è certa: la spiccata personalizzazione, in questo caso, è quella dell'offerta, la domanda ancora deve seguire questa evoluzione e forse non ci arriverà mai, perché il cibo di strada è veramente il prodotto più popolare che esista; se ci ingrandiremo con appuntamenti sempre più serrati, potremmo anche pensare ad un'App che racconti questo mondo.

Cos'è Gnam!

"Gnam! Festival internazionale del cibo di strada", è una kermesse itinerante di eccellenze agro-alimentari. Alla sua quarta edizione, dopo Roma, dove è stata protagonista dall'11 al 14 maggio, ha in progetto tappe a Trani (giugno), Martina Franca e Altamura (luglio), Catanzaro (agosto), Rende e Bari (settembre), Palermo, Catania e di nuovo Roma (ottobre). In studio anche una tappa a Ostuni, ancora da confermare, e un'edizione con il top degli espositori, in numero non superiore a cinque, da portare a Capri. Roma ha visto 39 espositori, ma le richieste sono state molto superiori e il filtro è rigidissimo, perché si seleziona la qualità a scapito della quantità. Circa 200.000 persone hanno visitato gli stand di Viale Oceania, nel quartiere capitolino dell'Eur; e lì hanno trovato la famosa amatriciana di Ma-Trù, storica trattoria di Amatrice distrutta dal terremoto, la bombetta di Alberobello, l'Antica Focacceria S. Francesco ed altre realtà fiore all'occhiello del Made in Italy gastronomico.

Gnam in viale Oceania

Scrivi alla redazione di Digital Voice:
redazione@digitalvoice.it

AZIENDE

Telecom Italia: nominato il nuovo Cda

La lista di Vivendi ottiene il 49,3% delle preferenze, quella di Assogestioni il 49%. L'Assemblea ordinaria degli Azionisti di TIM, riunita come consuetudine a Rozzano, a pochi chilometri da Milano, sotto la presidenza di Giuseppe Recchi, ha fatto registrare la partecipazione del 58,75% del capitale ordinario della Società. **E' stato nominato il nuovo Consiglio di Amministrazione**, in carica per i prossimi tre esercizi e quindi fino all'approvazione del bilancio al 31 dicembre 2019, con 15 Amministratori come proposto dal socio Vivendi. Avendo ottenuto più voti la lista presentata da Vivendi, come da Statuto, **sulla base del voto** di lista sono stati nominati i seguenti 10 Amministratori: Arnaud Roy de PUYFONTAINE, Hervé PHILIPPE, Frédéric CREPIN, Giuseppe RECCHI, Flavio CATTANEO, Félicité HERZOG (indipendente), Franco BERNABÈ (indipendente), Marella MORETTI (indipendente), Camilla ANTONINI (indipendente), Anna JONES (indipendente). Della lista depositata da un gruppo di società di gestione del risparmio e investitori internazionali sono stati eletti gli altri 5 Amministratori, tutti indipendenti: Lucia CALVOSA, Francesca CORNELLI, Dario FRIGERIO, Danilo VIVARELLI, Ferruccio BORSANI. L'Assemblea **ha approvato** anche la proposta di Vivendi di **autorizzare gli Amministratori ad agire in deroga al divieto di concorrenza** previsto dall'art. 2390 c.c., ove applicabile**; è stato anche approvato il bilancio 2016** di TIM S.p.A., che si è chiuso con un utile di 1.896 M€, e la distribuzione alle sole azioni di risparmio del dividendo privilegiato, in ragione di 2,75 €cent per azione. Il dividendo verrà messo in pagamento a partire dal 21 giugno 2017 (record date 20 giugno 2017), con stacco cedola in data 19 giugno 2017.

Wind Tre: positivo il primo trimestre 2017

"*Siamo molto soddisfatti per i risultati di questo primo trimestre*" afferma **Maximo Ibarra**, Amministratore Delegato di Wind Tre. *"Il processo di integrazione tra le due realtà sta proseguendo velocemente ed abbiamo già realizzato importanti sinergie nella costruzione della nuova azienda. Inoltre, grazie alla strategia commerciale sui nostri due brand, possiamo competere con grande efficacia con l'obiettivo di garantire ai nostri clienti la miglior customer experience del mercato"*.

Maximo Ibarra,
Amministratore Delegato di Wind Tre

Wind Tre inizia il 2017 con solidi risultati, ricavi totali a 1.552 M€ (+2,1%) ed EBITDA a 517 M€ (+9,7%), grazie alle buone performance commerciali nei segmenti broadband fisso (ricavi +8,6%, clienti +2,4%), business e Internet mobile, in aumento a doppia cifra (ricavi a +12,1%).

Il margine EBITDA è del 33,3%, con un incremento di 230 bps rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Generazione di cassa operativa pari a circa 277 M€ nel primo trimestre. I clienti di Wind Tre nel mobile raggiungono i 30,9 milioni, consolidando la più elevata quota di mercato nazionale con oltre il 37%; i clienti Internet mobile a 19,5 milioni, in crescita del 5,0%.

L'ARPU mobile resta stabile a 11,1 euro con la componente dati, pari a circa 5,6 euro, che cresce del 5,8%. Nel primo trimestre del 2017, Wind Tre ha investito circa 240 M€ per il potenziamento delle proprie reti, fissa e mobile, con l'obiettivo di sviluppare il più esteso ed innovativo network mobile in Italia e di confermarsi leader nel mercato delle Tlc. Moody's Investors Service ha migliorato il rating assegnato a Wind Tre da B2 a B1 confermando un "outlook" positivo.

Cresce la sharing economy Passepartout

Passepartout, software house leader nel settore delle applicazioni gestionali dedicate al mondo di PMI, Commercialisti ed Ho.Re.Ca, ha recentemente organizzato Passwor[l]d 2017, la convention annuale che quest'anno si è tenuta a Riccione. Con l'occasione, l'azienda ha presentato i progressi del progetto PassStore, l'area di scambio B2B per la raccolta, la qualificazione e la condivisione di tutto il patrimonio applicativo disponibile nell'Ecosistema Passepartout. PassStore, il modello di sharing economy della Partner Community era stato presentato a Passwor[l]d 2016, ed è in crescita decisa e costante: ad oggi sono 43 le App pubblicate sullo Store e disponibili per gli utenti, sono state scaricate circa 800 App, e diversi Partner di Passepartout contribuiscono costantemente al progetto. L'App di maggior successo fra i Clienti è sicuramente quella legata alle attività di Raccolta Ordini attraverso smartphone e tablet, al momento disponibile per Android ma che presto sarà disponibile anche su Apple iOs. Grande consenso e soprattutto grande attesa, poiché attualmente rilasciata solo in versione beta, sta raccogliendo l'App Customer Care per la gestione delle attività sui Clienti che permette l'amministrazione delle trattative e l'assistenza nel post vendita. L'App per la gestione dell'Antiriciclaggio si è invece attestata al primo posto come numero di installazioni.

Nel progetto sono stati coinvolti anche i Clienti, con il lancio sulla pagina Facebook di Passepartout (https://www.facebook.com/PassepartoutSpa/) del contest #appchevorrei, per permettere agli utilizzatori di proporre direttamente nuove idee e nuove esigenze.

Olivetti: al via il "Giro d'Italia digitale"

Olivetti, polo digitale del Gruppo TIM, ha lanciato "Il Giro d'Italia digitale" per seguire l'edizione 2017 della popolare manifestazione ciclistica con la propria piattaforma di Big Data che permette di effettuare analisi particolareggiate delle varie tappe e delle conversazioni generate dai social network relative alla "corsa rosa".

Sul sito di Olivetti (www.olivetti.com), in una sezione dedicata, sono disponibili dati, statistiche e curiosità riguardanti le variazioni delle presenze del pubblico nei tratti salienti di ogni tappa - alla partenza, durante il percorso e all'arrivo - con l'obiettivo di valutare così l'impatto della gara sul territorio. L'analisi riguarderà anche gli aspetti digitali del Giro d'Italia attraverso il monitoraggio dei social network, che consentirà di conoscere i principali argomenti di conversazione presenti sul web.

CARRIERE

Massimiliano Ferrini nominato Head of Product Business di Fujitsu Italia

Massimiliano Ferrini, Head of Product Business di Fujitsu Italia

Fujitsu ha annunciato la nomina di **Massimiliano Ferrini** a Head of Product Business di Fujitsu Italia. Ferrini, avrà il compito di coordinare in Italia tutte le attività volte all'incremento delle quote di mercato relative ai prodotti e allo sviluppo del canale di vendita.

Il manager entra a far parte del Management Leadership Team italiano guidato da Bruno Sirletti, Presidente e Amministratore Delegato di Fujitsu Italia.

"Siamo lieti di dare il benvenuto a Massimiliano Ferrini come Head of Product Business di Fujitsu Italia", ha commentato **Bruno Sirletti**. *"Stiamo lavorando per incrementare le quote di mercato di Fujitsu in ambito servizi e soluzioni a valore aggiunto, ma manteniamo sempre una salda focalizzazione su aspetti chiave come i prodotti e il canale, declinando a livello locale la filosofia della Human Centric Innovation e supportando i nostri clienti nel processo di trasformazione digitale. Sono sicuro che l'esperienza ventennale in ambito ICT e la capacità di leadership facciano di Massimiliano la persona giusta per aiutare l'azienda a raggiungere nuovi traguardi e successi"*.

Prima di approdare in Fujitsu, Massimiliano Ferrini ha ricoperto la carica di Country Director della filiale italiana di Symantec prima e Veritas Technologies poi. In precedenza, Ferrini ha lavorato in diverse aziende del settore fra cui Citrix Systems e SUN Microsystems.

Francesco Bonfiglio nuovo AD di Engineering.mo

Francesco Bonfiglio, nuovo AD di Engineering.mo

Francesco Bonfiglio è il nuovo Amministratore Delegato di Engineering.mo SpA, la società a cui fanno capo i 4 data center del gruppo. Bonfiglio approda in Engineering con l'obiettivo di arricchire e rendere visibile al mercato il portfolio dei servizi che Engineering.mo offre per supportare al meglio i clienti nella trasformazione digitale. In precedenza ha guidato organizzazioni di servizi, applicativi e infrastrutturali, in ruoli strategici di trasformazione e focalizzazione attraverso l'innovazione digitale e il cloud. VP di Avanade, Managing Director nel gruppo Accenture, CTO in HP EMEA, Software Factory Director in Unisys, Technical Director in Rational Software: sono alcuni dei ruoli executive del suo percorso professionale. Molteplici anche i contesti industriali e di mercato dove Bonfiglio ha operato: dal Militare al Manufacturing, e ancora Publishing, Fashion, Oil & Gas. Tra le priorità strategiche del nuovo AD appena insediato, la trasformazione e totale integrazione di Engineering.mo nella Piattaforma Digitale dei Servizi di Engineering. Molte le iniziative già messe in atto che, facendo leva su asset e competenze esistenti, espandono il portfolio con soluzioni innovative di Flexible Capacity, Hybrid Cloud, Edge Computing, Digital End User Services, Digital Back-Office.

eBay nomina Susana Voces General Manager per l'Italia

Susana ha iniziato a lavorare in eBay nel 2007 e dal 2015 ricopre l'incarico di General Manager per la Spagna, cui ora aggiunge quello per l'Italia, a seguito della creazione di un'area di business integrata per Italia e Spagna, diretta da un unico General Manager anche se dotata di team locali in entrambi i Paesi.

In precedenza, per oltre cinque anni Susana ha guidato l'Unità Vendite e Sviluppo del Business di Paypal per Spagna e Portogallo, per poi diventare Direttore Commerciale di eBay in Spagna e nella regione Europa-Medio Oriente-Africa. Prima di entrare in eBay, Susana ha lavorato per Arrow Electronics ed Ericsson. Susana ha studiato Ingegneria Tecnica, Marketing e Business Management all'Università di Harvard e all'Università Pontificia di Comillas, in Spagna.

Susana Voces, nuovo General Manager per l'Italia di eBay

Gian Mario Maggio nuovo Node Director di EIT Digital per l'Italia

Vent'anni di esperienza internazionale in ambito aziendale, accademico e nel campo della Ricerca sia in Europa che negli Stati Uniti. Prima di essere nominato Node Director di EIT Digital per l'Italia, ha ricoperto l'incarico di Co-Location Centre Manager ed era responsabile delle attività del Co-Location Centre di Trento e del suo centro Satellite di Milano. *"Sono molto lieto di assumere questo nuovo ruolo nell'ambito del team di EIT Digital. In qualità di Node Director, mi focalizzerò sul supporto alle aziende ed ai cittadini per cogliere le opportunità associate alla Trasformazione Digitale a livello europeo"* ha commentato Maggio.

Gian Mario Maggio, nuovo Node Director di EIT Digital per l'Italia

Fabio Plebani nuovo Country Manager per l'Italia di idealo

Idealo internet GmbH, l'azienda che gestisce l'omonimo portale internazionale di comparazione prezzi per gli acquisti digitali, che vanta oltre 17 anni di esperienza e portali nazionali in sette paesi del mondo, ha annunciato l'ingresso di Fabio Plebani nel suo team internazionale in qualità di Country Manager per l'Italia, confermando così la volontà di puntare anche sull'Italia, inserendo nel team una figura di riferimento interamente dedicata al nostro Paese. Ha commentato Fabio Plebani: *"Sono molto contento di essere entrato a far parte della famiglia di idealo, una realtà dove il dinamismo e la freschezza tipiche di una startup sono affiancate dall'efficienza e dalla solidità di un grande gruppo come Axel Springer"*.

Fabio Plebani, nuovo Country Manager per l'Italia di idealo

Congratulazioni anche a…

Claudio Contini, Independent Senior Advisor di BearingPoint
Mauro Del Rio, Presidente di Docomo Digital
Andrea Pongan e Benvenuto Alfieri, rispettivamente Country Manager e Sales Director della nuova filiale italiana di S4M
Ivan Ranza, Direttore della BU SME Media Agency di Italiaonline
Francesca Reich, Chief Marketing Officer di ePrice
Massimiliano Ventimiglia, Ceo della divisione Education di H-Farm

PERSONAL STYLE

Mercedes GLE

Un SUV dinamico e capace di imporsi. Il fascino di GLE è aumentato dall'incredibile potenza e dalla sua estrema abitabilità, con equipaggiamenti di alto pregio. A bordo di GLE ti aspettano tecnologie di ultima generazione, come i sistemi di assistenza alla guida, il Blind Spot Assist, il Remote Online e il Lane Keeping Assist.

Il nuovo Smartphone Gigaset GS160

E' dotato di una fotocamera da 13 megapixel, supporta la tecnologia 4G LTE e, unico nella sua categoria, è dotato di sensore di impronte digitali. Il prezzo consigliato è di € 129,90, ed il GS160 è un prodotto ad alto valore tecnologico dedicato a chi, nel segmento entry level, pretende elevata qualità. Basato su Android 6.0, grazie all'eccellente fotocamera e allo slot dual SIM, il GS160 impressiona in particolare per l'eccezionale qualità della voce e le innovative funzioni Smart Touch.

Una nuova cuffia ad edizione limitata

Grado presenta la seconda edizione limitata della serie Heritage: GH2 Cocobolo. La particolarità di questo nuovo modello è data dall'impiego di un particolare tipo di legno: il Cocobolo, massiccio legno tropicale proveniente dal centro America, dalle caratteristiche singolari. Esteticamente raffinato, di colore fra l'arancio ed il marrone rossiccio con striature più scure, questo legno, prelevato unicamente dal cuore del tronco, si presenta come particolarmente robusto e denso ma nello stesso tempo facilmente lavorabile. Unitamente ai gusci in legno per la GH2, John Grado ha messo a punto anche un nuovo trasduttore, realizzato per accoppiarsi perfettamente con le proprietà musicali del Cocobolo. Il risultato? Restituzione del messaggio musicale chiaro, naturale, con grande ricchezza armonica e dinamica anche nei passaggi più impegnativi.

LIBRI

Lusso 2.0 evoluzione digitale. I nuovi paradigmi della comunicazione dei marchi di alta gamma

Autore: Jarvis Macchi

Editore: Lupetti, collana Linguaggi virali

Christopher Bailey, direttore creativo di Burberry, risponde direttamente alle domande che gli oltre quindici milioni di fan del brand gli pongono su Facebook. Zegna organizza su Google+ un vero e proprio talk show in diretta coinvolgendo blogger, giornalisti, opinion leader. Tiffany affida a due super blogger come Scott Schuman (*The Sartorialist*) e Garance Doré l'immagine della sua comunicazione in uno dei periodi più importanti dell'anno per il brand, quello di San Valentino; Louis Vuitton, per lanciare una nuova linea di borse, sceglie tre celebrities del web come Elin Kling, Miroslava Duma e Hanneli. Anche Cartier sceglie il web per lanciare la sua "*Odyssée*", un cortometraggio che racconta il dna del marchio. La comunicazione dei brand di lusso e della moda è diventata sempre più digitale.

Strategia digitale

Comunicare in modo efficace su internet e i social media

Autori: Giuliana Laurita e Roberto Venturini
Editore: Hoepli, collana Hoepli.it

Questa seconda edizione è arricchita e aggiornata, alla luce del nuovo quadro di riferimento. La definizione "digitale" è sempre più superflua, perché la comunicazione e il marketing devono muoversi in un universo multicanale, ma è ancora necessario fornire gli strumenti per la costruzione della presenza del brand che sappiano essere un'efficace "messa a terra" di tutte le teorie: ed ecco che ritorniamo alla necessità di un approccio organico e competente sul digitale. In virtù di questo nuovo angolo di visione, sono stati aggiornati anche gli esempi, le risorse consigliate e i casi analizzati. Il manuale illustra come creare una strategia digitale sia dal punto di vista dell'azienda sia da quello dell'agenzia, attraverso casi di successo e simulazioni, esempi, idee, check list.

AGENDA maggio-giugno 2017

16-17 maggio
Convegno
OTHINGS 2017
La manifestazione internazionale dedicata al mondo della comunicazione M2M e l'IOT.
Milano - Marriott Hotel - via Washington 66

23 maggio
Convegno
Lean Digital Summit Industry 4.0
Convegno in cui 6 aziende, italiane e internazionali, raccontano cosa significa nel concreto unire il cambiamento Lean alla trasformazione digitale e sperimentare così una sinergia che accelera il miglioramento.
Milano - Talent Garden - via Arcivescovado Calabiana 6

26-27 maggio
Visual Storytelling Days 2017
L'incontro annuale su Visual Storytelling e Visual Content Marketing, due giorni di cultura visualestrategica.
Sesto San Giovanni (MI) - Grand Hotel Barone di Sassj via Vittorio Padovani 38

7 giugno
Convegno
IT Day 2017 - ITalia 4.0
Convegno sulla Trasformazione digitale di Imprese e Società, promosso dal Club Dirigenti di Informatica di Torino e da FIDAInform.
Torino, Teatro Regio, piazza Castello 215

8 Giugno
Big Data e Analytics a supporto del Market Access e misurazione delle performance nel settore Life Sciences
Convegno sulle nuove frontiere proposte dal Digitale alle aziende del Pharma, promosso da Blue BI Business Intelligence e sostenuto da AboutPharma and Medical Devices.
Milano, Hotel Hilton, via Galvani 12

23-24 giugno
Web Marketing Festival
L'evento che abbina Formazione, Musica, Intrattenimento, Professioni Digitali, Networking, Startup, Business e Innovazione all'insegna del Digitale.
Rimini, Palacongressi, via della Fiera 23

Perfectly Combined Powers

FUJITSU Server PRIMERGY
e Windows Server 2016

FUJITSU

Windows Server

Raggiungi il massimo potenziale con Windows Server 2016
Fujitsu PRIMERGY server con Windows Server 2016
è in grado di gestire la vostra attività con sicurezza.
Progettato con sistemi ispirati a tecnologie cloud destinate
ad aiutare le aziende a raggiungere il loro massimo
potenziale e operare con agilità pur mantenendo sicurezza,
resilienza e buone prestazioni.

Info:

www.fujitsu.com/windowsserver2016
Numero verde: 800 466 820
blog.it.fujitsu.com

Ti aspettiamo al
Fujitsu World Tour 2017
20 giugno, Milano - NH Congress Center
Registrati su: fujitsu.com/it

© Copyright 2017 Fujitsu Technology Solutions
Fujitsu, il logo Fujitsu e i marchi Fujitsu sono marchi di fabbrica o marchi registrati di Fujitsu Limited in Giappone e in altri paesi. Altri nomi di società, prodotti e servizi possono essere marchi di fabbrica o marchi registrati dei rispettivi proprietari e il loro uso da parte di terzi per scopi propri può violare i diritti di detti proprietari. I dati tecnici sono soggetti a modifica e la consegna è soggetta a disponibilità. Si esclude qualsiasi responsabilità sulla completezza, l'attualità o la correttezza di dati e illustrazioni.

shaping tomorrow with you