Primo piano
Amadeus nuovi progetti
Francesca Benati
a pagina **10**

Storia dell'innovazione
Omaggio a G.Marconi
Guglielmo Marconi
a pagina **12 e 13**

Personal style
Niken: la moto triciclo
a pagina **23**

ANNO II n° 9 - Novembre 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

Fiducia diffusa

Clima di diffusa fiducia, sotto il cielo del Digitale in Italia: indici di consumi in crescita sia lato Business che sul fronte Consumer e andamento dello spending positivo ed in accelerazione.
A questi dati si aggiunge un elemento di rilievo: a quella del Ministro Calenda, che con il piano Industria 4.0 ha fatto un capolavoro scrollando con forza le remore e le perplessità su investimenti in Innovazione ed in Digitale, si aggiungono le voci dei Ministri Poletti e Fedeli; è la controprova che abbiamo ormai chiaro come l'Innovazione non possa prescindere dal Digitale, ma anche dalle figure professionali adeguate ai nuovi ruoli e dalla relativa Formazione.
Anche i finanziamenti diretti hanno il loro perché: e quindi va ricordato anche il "voucher digitalizzazione delle Imprese" a fondo perduto fino a 10K€ per le PMI di tutta Italia che intendano investire in ICT, prenotabile dal 15 gennaio al 9 febbraio 2018 e che potrà essere speso con un massimale del 50% dell'impegno economico sostenuto.
Il piano Industria 4.0 fa registrare effetti benefici anche sulle PMI, che crescono in numero di imprese aderenti e che fanno aumentare il valore complessivo degli investimenti, a testimonianza che sta ormai prendendo piede il paradigma "Digitale a supporto del cambiamento dei processi", che sta permeando l'intero Paese.
Se correliamo queste considerazioni al tema ricorrente della "paura del cambiamento", ci è chiaro il tema di fondo da affrontare oggi con determinazione: contribuire a governare e minimizzare la paura del cambiamento, e far sì che la fiducia in un futuro personale, aziendale, nazionale migliore prevalga sulla presunzione che il mantenimento dello status quo possa permettere di difendere le comfort zone dei singoli.

Immagine di Copenaghen
la città più Smart al mondo

da pagina 3 a pagina 6

FOCUS

La città del futuro

Stefano Venturi, Vice Presidente Assolombarda e AD di HPE Italia

a pagina **5**

MARKETING MANAGER

Aruba Business: un partner tecnologico affidabile anche per le PMI

Gabriele Sposato, Direttore Marketing di Aruba Business

a pagina **7**

PRIMO PIANO

Osservatorio Anie: il mercato delle tecnologie è il motore della ripresa

Giuliano Busetto, Presidente di ANIE

a pagina **9**

Il più grande data center campus d'Italia

Global Cloud Data Center è il nuovo data center del network europeo di Aruba alle porte di Milano. Con una superficie di 200.000 m² è il più grande e moderno data center campus d'Italia.

Global Cloud Data Center è stato concepito per andare incontro alle esigenze di colocation e di gestione d'infrastrutture IT delle aziende italiane, straniere e della Pubblica Amministrazione e per rappresentare uno dei principali hub mondiali del cloud.

Tutti gli impianti sono stati progettati e costruiti per soddisfare i massimi livelli di resilienza previsti dal livello Rating 4 (former Tier 4) di ANSI/TIA 942-A. Sono inoltre alimentati da energia 100% rinnovabile, nel totale rispetto dell'ambiente.

www.datacenter.it

aruba.it
THE WEB COMPANY

SMART CITY

Smart city: la sfida del futuro

Le tecnologie digitali stanno cambiando ogni settore ed anche le città stanno cambiando diventando sempre più smart. Il tema che riguarda le Smart Cities sarà la sfida del futuro per i governi di tutto il mondo. Già dal 2007 il tema Smarter Cities coinvolgeva la Comunità Europea, a livello sia di Governo che di Parlamento. Nelle sedi comunitarie prendeva forma un modello di città ridisegnato da nuove politiche energetiche e in questa direzione venivano individuate e stanziate ingenti risorse economiche per le città europee capaci di progetti e soluzioni innovative. Anche in Italia c'è stato uno sviluppo in tale direzione che ha coinvolto molte città. Gli amministratori delle nostre città hanno di fronte a loro sfide enormi ma anche il dovere di garantire servizi sempre migliori nei diversi ambiti, che qualificano la vita nei centri urbani, dall'energia sostenibile ai trasporti efficienti, dalla maggiore sicurezza all'assistenza socio sanitaria, dalla lotta all'evasione fiscale alle politiche di risparmio. Tutto questo in uno scenario competitivo globale e a fronte di infrastrutture che invecchiano e diventano inadeguate. La sfida delle Smart Cities è una sfida che bisogna assolutamente vincere per migliorare la qualità della nostra vita.

Copenaghen è la città più smart al mondo

Molti sono i report per monitorare la qualità delle città italiane ma anche quella delle città a livello mondiale. Secondo lo **Smart Cities Index 2017**, uscito in questi giorni e realizzato su dati raccolti attraverso l'**app EasyPark**, **Copenaghen** è la città più smart a cui è stato reso omaggio dedicandole la copertina. I dati raccolti da EasyPark sono stati realizzati attraverso fonti ufficiali incrociando diversi dati e considerando 19 parametri tra i quali sostenibilità ambientale, innovazione, digitalizzazione e mobilità. Sul podio salgono Singapore al secondo posto e Stoccolma al terzo; fra le prime otto troviamo anche Zurigo, Boston ,Tokyo, San Francisco, Amsterdam. Le prime quattro città italiane che si inseriscono nella graduatoria del rapporto sono Milano 60esima, Torino 69esima, Roma 71esima, Napoli 83esima.

Il futuro dell'Europa sarà digitale, interconnesso e al servizio dei cittadini

Accesso ai dati, nuove tecnologie ed interoperabilità dei sistemi stanno rivoluzionando il mondo odierno cambiando i nostri modi di percepire la realtà, di relazionarci con gli altri e di progettare le città. Importante, in questo senso, è l'impegno della **Commissione europea**, ente co-organizzatore e grande protagonista di Citytech, l'evento dedicato a mobilità ed urbanistica tenutosi presso la Fabbrica del Vapore di Milano. Obiettivo ultimo della Commissione europea è quello di promuovere la traduzione delle sfide del nuovo millennio in opportunità, non solo ridefinendo e uniformando le regole dello sviluppo urbano e della mobilità, ma anche modernizzando l'economia europea nel suo complesso attraverso il recepimento delle tendenze più innovative e nel rispetto delle esigenze di sostenibilità.

A far da portavoce di questo messaggio è stato **Massimo Gaudina**, neo Capo della Rappresentanza a Milano della Commissione Europea, presente a Citytech per uno dei suoi primi impegni istituzionali. "*La nostra visione dell'Europa è assolutamente digitale*" - ha affermato durante il suo intervento di apertura dei lavori nella Sessione Istituzionale della manifestazione - "*Le tecnologie, i prodotti e i servizi digitali continueranno a trasformare il nostro modo di lavorare e di vivere. Per far sì che questi cambiamenti portino benefici ai cittadini e favoriscano la crescita economica, la Commissione Juncker ha messo il Digitale in cima alla lista delle proprie priorità d'azione. Il fine è quello di costruire, e in parte si sta già facendo, un'economia dei dati europea e di realizzare una mobilità cooperativa, connessa e automatizzata*".

Importante anche il forte interesse dell'Europa nei confronti delle politiche ambientali, ben testimoniato da iniziative europee quale ad esempio **Horizon 2020**, progetto quadro della Commissione europea per la Ricerca e l'Innovazione, dove sono stati raggruppati tutti i finanziamenti dell'Unione europea in un programma che risponde alle nuove esigenze di ripensare società e trasporti in ottica più green e smart.

Tra questi anche il progetto **Sharing Cities**, presente a Citytech e presentato dal Project Manager **Piero Pelizzaro**, che per i prossimi cinque anni vedrà la collaborazione di Milano, Londra e Lisbona per la creazione di distretti smart ad energia zero. Un passo importante per l'Italia verso la completa trasformazione dei nostri scenari urbani in ambienti cittadini intelligenti, funzionali e pienamente ecosostenibili.

SMART CITY

Città metropolitane sul podio, ancora in crescita le città medie e tra le piccole brilla Mantova

Nonostante il panorama italiano sia ancor in ritardo rispetto alle principali città europee e mondiali, il grado di innovazione dei comuni capoluogo continua a crescere.

Smart City Index 2016 , il rapporto di EY che analizza le 116 città capoluogo italiane utilizzando oltre 470 indicatori, classifica fra l'altro lo sviluppo di reti e infrastrutture intelligenti delle città italiane, misurando la loro capacità di innovare e offrire servizi di qualità ai propri cittadini. Nel rapporto 2016, l'approccio di analisi è stato realizzato con un'impostazione a strati: dalle infrastrutture di rete, ai sensori che rilevano le informazioni, alla delivery platform che le elabora, permettendo di erogare applicazioni e servizi a valore aggiunto per i cittadini da parte di soggetti pubblici e privati.

Andrea Paliani, Partner EY, Med Advisory Leader, ha dichiarato:

Andrea Paliani, Partner EY, Med Advisory Leader

"Il nostro Paese deve guardare alle iniziative smart di successo e interpretarle come tappe di un percorso che trasformi le città in luoghi con qualità della vita crescente e a costi sostenibili. Questo deve essere frutto di piani efficaci che valorizzino le peculiarità di ciascun territorio nell'ambito dello sviluppo dell'intero Paese. L'Index di EY, sin dalla sua prima pubblicazione, ha contribuito a rinnovare ed evolvere la progettualità della Smart City, anche grazie al confronto e al dialogo con i decisori pubblici e i privati. Il nuovo approccio d'indagine per strati, implementato quest'anno da EY, ci ha consentito di evidenziare la smartness di ciascun territorio e definire i percorsi più sostenibili di sviluppo. È emerso in particolare come le città medie, che in Italia sono circa 100 e ospitano quasi 7 milioni di abitanti, siano fonte di best practice e di modelli esportabili; nella classifica totale assistiamo infatti allo sviluppo di 23 città medie e scopriamo un grande potenziale di crescita nei servizi. Obiettivo di questo indice è quindi di fornire uno strumento che sia allo stesso tempo di analisi per la PA e di Business intelligence per il settore privato, che consenta di individuare i trend di mercato e le evoluzioni tecnologiche e di delineare le linee guida a livello nazionale per creare, con un approccio sistemico e integrato, le Smart City del Futuro".

Nord Est

La regione del Nord Est consegna la medaglia di città più innovativa a Trento che guadagna la 6ª posizione assoluta, seguita da Reggio Emilia che dalla 14esima posizione sale all'8ª. La maggior parte dei capoluoghi dell'area più industrializzata dell'Italia è ben distribuita nelle prime cinquanta posizioni. Maglia nera per Rovigo che si classifica all'83° posto. Il litorale romagnolo, da Ravenna a Cervia, è il più connesso d'Italia, con oltre 50 km di spiagge coperte dal servizio Wi-Fi.

Nord Ovest

L'ex triangolo industriale, Lombardia, Piemonte e Liguria, mostra un rallentamento strutturale rispetto alle regioni orientali. Brescia si distingue come la città più avanzata in termini di teleriscaldamento, disponibile per il 70% degli edifici cittadini. Milano da sola, invece, rappresenta l'80% del mercato di sharing mobility in Italia. Ma nonostante la maggior parte delle città resti all'interno della prima fascia (entro le prime 39 posizioni), i capoluoghi piemontesi raccolgono un risultato poco brillante con Novara, Biella, Cuneo, Asti e Vercelli collocate tra il 40° e il 60° posto. Addirittura in terza fascia troviamo Alessandria 84ª e Imperia in 101ª posizione.

Centro

Firenze si conferma fra le prime 10 e insieme a Bologna si guadagna il titolo città più "open", con il maggior tasso di archiviazione di big data con oltre 1.000 data set pubblicati nel suo Open Data. Ma a fare male in quest'area sono soprattutto le città laziali con Frosinone, Viterbo e Latina che si aggiudicano rispettivamente il 98° 99° e 102° posto. Perugia perde ben 9 posizioni, scendendo al 49° dal 38°; male anche Ancona, che scende dal 28° posto al 62° nel 2016.

Sud

Napoli è l'unica città del Sud a riuscire a restare salda nella prima fascia dell'Indice, al 39° posto. Fra le città medie, guida la classifica Lecce, che si posiziona al 52° posto. Dalla Puglia arrivano altre note positive: la regione è il maggiore produttore di impianti fotovoltaici in Italia, con un'incidenza del 13,9%. Complessivamente non bene le città calabresi; l'unica città a non scivolare in terza fascia è Cosenza, che guadagna la 78ª posizione rispetto alla 94ª della scorsa edizione.

Isole

Notizie contrastanti arrivano dalle due maggiori isole italiane. Infatti, nonostante l'ultima classificata sia proprio una città sarda, Sanluri, la Sardegna è la prima regione italiana per dotazioni IT nelle scuole con l'81% delle aule connesse. La città più smart della Sardegna è Cagliari al 33° posto, seguita da Sassari al 53°. Sicilia in prima linea sul car sharing elettrico: Palermo è la città con il maggior servizio di condivisione di auto del Sud Italia. Non è positivo però il bilancio delle altre città dell'isola che si classificano tutte, a eccezione di Palermo, nella terza fascia dell'Indice.

*fonte Smart City Index 2016 di EY

SMART CITY

"La città del futuro"

Stefano Venturi, Vicepresidente di Assolombarda con delega all'Attrazione degli Investimenti e Competitività Territoriale e Amministratore Delegato di Hewlett Packard Enterprise Italia

Nato dalla collaborazione tra Assolombarda e REbuild, il convegno "La città del futuro" si è tenuto in ottobre presso l'Auditorium di Assolombarda. REbuild e Assolombarda hanno avviato un percorso di collaborazione sul tema della rigenerazione urbana con l'obiettivo di favorire il dialogo pubblico-privato e l'evoluzione del prodotto immobiliare attraverso l'innovazione e la manifattura 4.0. Di questo si è parlato a Milano, attraverso gli interventi di rappresentanti del mondo dell'Imprenditoria, della Finanza e delle Istituzioni. "È stato avviato un *dialogo tra i tre Ministeri, MiSE, MEF e Ambiente, e questo dovrebbe dare avvio ad una fase sperimentale dove il pubblico mette del suo in sinergia con il capitale privato* – ha affermato il Viceministro **Riccardo Nencini** - *ma non basta il denaro, ci vogliono un'idea nuova e regole nuove*".

Massimiamo Tellini, Head of Circular Economy Project di Intesa Sanpaolo, ha illustrato gli interessi che la Finanza ha nei confronti di un settore in cambiamento e in discontinuità rispetto ai modelli di economia lineare; **Massimo Roj**, Amministratore Delegato di Progetto CMR, ha evidenziato come anche il mondo delle professioni sta cambiando: "la progettazione oggi si fa in un team integrato dove albergano più competenze, dall'architetto all'ingegnere all'esperto di sostenibilità". L'uso del BIM e delle nuove tecnologie sono un'opportunità che alcuni hanno già colto, come la Wood Beton di **Giovanni Spatti**, che ha stretto un nuovo accordo con il colosso IKEA per la realizzazione di un progetto residenziale di respiro internazionale. *"Processi efficienti aiutano anche a risparmiare* - ha sottolineato **Sergio Urbani**, Direttore Generale di Fondazione Cariplo – *il costo dell'errore incide per il 30-40% sul costo del costruito*". **Ezio Micelli**, Presidente del Comitato Scientifico di REbuild, ha evidenziato come solo nuove frontiere tecnologiche ci permettono di immaginare un ambiente costruito diverso, capace di rigenerare 18 milioni di alloggi. Una rigenerazione a cui guardano con interesse dall'estero. *"Il residenziale è visto come investimento* – ha dichiarato **Silvia Maria Rovere**, Presidente di Assoimmobiliare. – *Grandi capitali internazionali stanno investendo con un'ottica di medio/lungo periodo*".

In questo quadro Milano può fare da capofila: il capoluogo lombardo è città attraente e attrattiva "*dove c'è disponibilità di capitale, c'è una cittadinanza cosmopolita, c'è apertura verso le novità, dove hanno sede l'80% delle multinazionali accanto a nostre imprese innovative* – ha detto **Stefano Venturi,** Vicepresidente di Assolombarda con delega all'Attrazione degli Investimenti e Competitività Territoriale e Amministratore Delegato di Hewlett Packard Enterprise Italia. – *Oggi fanno capo ad Assolombarda oltre 300 start up innovative*".

E che Milano guardi al futuro, ad una rigenerazione efficiente anche sotto il profilo del risparmio energetico lo dimostra la sua adesione, assieme a Londra e Lisbona, a "Sharing Cities", il progetto europeo che ha l'obiettivo di realizzare un quartiere "smart" a emissioni "quasi" zero. "L'idea è anche di sperimentare formule di economia circolare che offrano servizi di natura nuova in un contesto residenziale, come il car sharing condominiale", ha raccontato **Cristina Tajani**, Assessore alle Politiche del Lavoro, Attività Produttive, Commercio e Risorse Umane del Comune di Milano, "perché l'innovazione deve essere inclusiva, altrimenti non è".

Sharing Cities

È stata una giornata di condivisione di valori ed esperienze sulla "deep renovation" delle realtà condominiali (la riqualificazione energetica profonda dell'edificio che arriva, senza altri interventi supplementari, a garantire il 50% del risparmio energetico) quella tenutasi a Milano in ottobre. Teicos UE, referente europea del progetto Sharing Cities per il settore edilizia per tutte le "città faro" aderenti (Milano, Londra e Lisbona) e Legambiente Lombardia hanno incontrato le delegazioni delle amministrazioni delle città follower del progetto: Varsavia, Burgas e Bordeaux. Queste città dovranno utilizzare i know how delle città faro, come Milano, per sviluppare progetti di quartieri efficienti nelle loro municipalità, poiché l'obiettivo di Sharing Cities è produrre politiche urbane innovative e replicabili in altre città europee. La giornata d'incontro tra i partecipanti al progetto finanziato dall'Unione europea è stata l'occasione per i visitatori di toccare con mano gli sviluppi e i risultati già ottenuti in Italia, grazie alla visita dal cantiere del primo condominio smart di Milano in via Tito Livio, dove i lavori sono attualmente in corso. Sono state illustrate le fasi delle attività di riqualificazione profonda dell'edificio e mostrate le previsioni di risparmio energetico ottenibili con il solo efficientamento dell'immobile e l'implementazione di sensori e sistemi di domotica, pari al 54 %.

L'appuntamento è a REbuild Riva del Garda, il 29 e 30 maggio 2018.

L'evento mira a promuovere un'agenda per la rigenerazione urbana intesa come opportunità di trasformazione immobiliare e innovazione nelle pratiche economiche sociali e ambientali della città, offrendo contributi ed esperienze che inquadrano il necessario cambio di paradigma per la sua attuazione, possibile grazie alle opportunità fornite da digitalizzazione e tecnologie disponibili.

GERMAN-ITALIAN
INNOVATION CONFERENCE

Investing in Italian Innovation:
Digital Solutions and the challenge of Industry 4.0

Mercoledì 29.11.2017
Ore 8.30 - 19.00

Ambasciata d'Italia a Berlino
Tiergartenstraße 22, 10785 Berlin

www.ambberlino.esteri.it

ORGANIZZATORI

ITA ITALIAN TRADE AGENCY
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane

CAMERA DI COMMERCIO ITALIANA PER LA GERMANIA
ITALIENISCHE HANDELSKAMMER FÜR DEUTSCHLAND

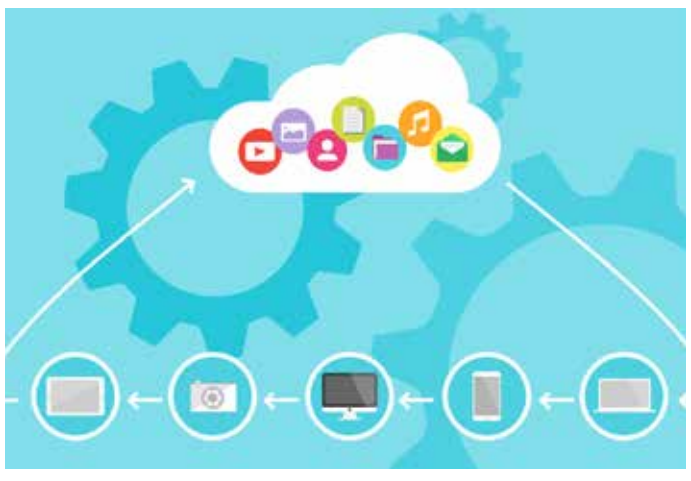
SMART CITY

Come il Cloud aiuta lo sviluppo della urban mobility

Giulio Soro, Head of Solutions Architecture - RoEMEA Public Sector di Amazon Web Services

Il Cloud Computing è la tecnologia che c'è dietro la rivoluzione delle nostre città: aiuta a rendere i centri urbani più sostenibili, più smart e più connessi. Il Cloud può aiutare nell'implementazione di soluzioni intelligenti che rendono le città dei luoghi migliori con efficienza energetica, buona qualità dell'aria, trasporto urbano efficiente, programmi smart di salute e di sicurezza pubblica, e altre applicazioni focalizzate sul miglioramento in generale della qualità della vita di tutti i cittadini. Esistono già oggi esempi di "città intelligenti" che sono stati resi possibili grazie al Cloud e alle tecnologie ad esso associate, come i migliori livelli di connettività della rete, di archiviazione back-end e delle infrastrutture di elaborazione, che liberano tutto il potenziale delle smart cities. Si tratta di una prospettiva molto promettente per i Comuni e per i Governi ed è allo stesso tempo una buona notizia per i cittadini, il cui lavoro e la cui quotidianità sono resi più semplici dalle città connesse. Le città stanno diventando fautrici dell'innovazione, con soluzioni di trasporto che vanno da iniziative basate sugli Open Data a miglioramenti dei servizi per i cittadini, fino a progetti per Città Intelligenti che includono tecnologie IoT - Internet of Things.

Con l'aumentare sia della popolazione che dei volumi di dati, molti Enti Pubblici statali e locali si rivolgono ad AWS per usufruire di un'infrastruttura IT sicura, conveniente e scalabile. *"Una vera smart city è una città collaborativa che non dispone solo di sensori che collezionano dati ma ha anche cittadini coinvolti che aiutano a raccogliere informazioni da aggiungere a un sistema che porti benefici per la collettività"* commenta **Giulio Soro**, Head of Solutions Architecture - RoEMEA Public Sector di **Amazon Web Services**. *"Le città dovrebbero inoltre considerare i cittadini non solo come fonte di informazioni ma anche come possibili sviluppatori di applicazioni che utilizzano i dati aperti. Le informazioni fornite possono quindi essere analizzate utilizzando tecnologie Cloud sicure come Amazon Web Services. Non solo a beneficio della città, ma anche per realizzare la promessa portata dalla Smart City e permettere ai cittadini di godere di standard di vita più elevati".*



La **Città di Chicago** è stata una delle prime città a implementare sensori all'interno delle aree urbane per misurare costantemente qualità dell'aria, intensità della luce, livelli di rumore, calore, precipitazioni, vento e traffico. I dati tratti da questi sensori sono trasmessi nel Cloud, dove vengono analizzati al fine di trovare soluzioni per migliorare la vita dei cittadini. I set di dati raccolti per il progetto denominato 'Array of Things' di Chicago sono poi resi disponibili pubblicamente sul Cloud e messi così a disposizione di ricercatori, sviluppatori e imprenditori per trovare modi innovativi di analizzare i dati.

Park Smart è una piattaforma software che indica in tempo reale la disponibilità dei parcheggi in aree monitorate. Il software usa l'infrastruttura fisica di sensori video, inclusi sensori esistenti, per elaborare le immagini e fornire informazioni sulla disponibilità dei parcheggi a un'app per dispositivi mobili. Il sistema monitora non solo la singola area di parcheggio, ma anche ogni auto parcheggiata. Gli utenti possono avere accesso a queste informazioni attraverso l'app, che permette loro di individuare in qualsiasi momento i parcheggi liberi all'interno della città.

Veniam trasforma i veicoli in hotspot Wi-Fi e crea reti cittadine di veicoli che espandono la copertura wireless e raccolgono terabyte di dati urbani. Le soluzioni di Veniam garantiscono che tutti gli asset e i lavoratori mobili siano connessi in modo sicuro, indipendentemente da dove si trovano o dalla velocità con cui si muovono. Le componenti hardware, software e Cloud sono in esecuzione nella rete di veicoli connessi più grande del mondo, tra cui taxi, camion per la raccolta dei rifiuti e l'intera flotta di autobus pubblici di Porto, in Portogallo, per offrire Wi-Fi gratuito a più di 350.000 clienti attivi.

Transport for London (TfL) è l'ente integrato responsabile di tutte le forme di trasporto della città di Londra tra cui metropolitana, autobus, strade e pedaggi urbani, tram, trasporti fluviali, DLR (Docklands Light Railway), rete urbana di superficie, piste ciclabili, percorsi pedonali, pullman, trasporto di merci, taxi e molto altro. Il TfL è responsabile di circa 24 milioni di viaggi al giorno nella rete di sua pertinenza. Grazie alle tecnologie Cloud e agli Open Data, il TfL è stato in grado di offrire nuovi servizi a una popolazione in continua crescita, con miglioramenti per quanto riguarda l'affidabilità e l'esperienza dei Clienti e riduzioni notevoli dei costi.

Il New York City Department of Transportation ha creato, grazie al cloud AWS, diverse applicazioni per dispositivi mobili rivolte ai cittadini per garantire ai residenti comodità e sicurezza. Il programma Sustainable Streets delinea i progressi del Department of Transportation (DOT) nel rendere più sicure le strade, migliorare la mobilità, nonché gestire e migliorare l'infrastruttura. Il portale DOTMap mostra su una mappa le pianificazioni per i parcheggi su lati alterni e altre regole per i posteggi, oltre a dati relativi ai progetti di ripavimentazione delle strade e di costruzione e ricostruzione. L'applicazione iRideNYC fornisce informazioni su diversi mezzi di trasporto: metropolitane, autobus, piste ciclabili e percorsi pedonali, con dati in tempo reale per gli utenti. L'applicazione Superstorm Sandy Damage Assessment è stata creata per valutare rapidamente i danni provocati dall'uragano.

Smart City Expo World Congress 2017

Dal 14 al 16 novembre, il centro Gran Via di Fira de Barcelona riunisce 700 città da tutto il mondo, con circa 700 espositori. Con un incremento del 14% rispetto al 2016, su 30.000 m² di spazio espositivo, le maggiori aziende internazionali di ciascun settore dell'ecosistema urbano intelligente presentano le loro soluzioni più recenti e più innovative. A seguire ed essere parte attiva dell'evento, oltre 420 relatori provenienti da tutto il mondo portano le proprie opinioni su come le città del futuro dovrebbero affrontare le sfide delle smart city che, come abbiamo detto in apertura del nostro focus, saranno determinanti.

L'analisi delle problematiche viene affrontata in un programma di conferenze che si articolano su 8 temi: Città sicure, Governo, Economia, Sostenibilità, Circolare, Società e Tecnologia dei dati.

MARKETING MANAGER

Aruba Business: un partner tecnologico affidabile anche per le PMI

Ne parla Gabriele Sposato, Direttore Marketing di Aruba Business

Gabriele Sposato, Marketing Director di Aruba Business

Cos'è Aruba Business e perché avete deciso di dedicare una business line ai Partner?

Aruba Business si propone come punto di riferimento per quanti stiano cercando un Partner tecnologico affidabile grazie al quale poter arricchire la propria offerta per servire in modo migliore e più completo i propri clienti. Mettiamo a disposizione una gamma estremamente ampia di servizi IT, offerti a prezzi molto vantaggiosi, e ci poniamo in modo trasparente agli occhi del Cliente finale e con il valore aggiunto di un supporto tecnico dedicato h24.

Ormai due anni fa, ci siamo resi conto che c'era l'esigenza di una larga fetta di mercato di disporre di un programma ad hoc per quanti volessero rivendere le soluzioni offerte da Aruba o utilizzarle per lo sviluppo di servizi da offrire alla propria utenza: dai System Integrator ai Web Master, dagli Sviluppatori alle Software House, dai Consulenti IT alle Web Agency.

A due anni di distanza qual è il bilancio per Aruba Business?

Quest'anno a SMAU abbiamo festeggiato i due anni di Aruba Business e siamo felici che il nostro brand cresca al di sopra delle aspettative: nel corso di questi due anni abbiamo accresciuto il nostro network di oltre 6.000 Partner. Ad oggi, i servizi più richiesti in assoluto sono quelli legati all'hosting, che è balzato ad un +150% rispetto allo scorso anno, seguito dal Cloud che si attesta ad un + 140%. Un ulteriore dato che ci fa capire che stiamo procedendo nella giusta direzione è dato dal fatto che un Cliente su due arriva da noi per migrare i propri servizi, quindi trovando la convenienza di trasferirsi su Aruba Business dopo aver provato i nostri servizi in modo gratuito e senza impegno.

Siamo contenti del fatto che è ormai chiaro come Aruba Business rappresenti un'opportunità anche per le PMI, in quanto i nostri Partner sono a disposizione su tutto il territorio per consulenza e necessità nell'ambito dello sviluppo delle infrastrutture IT, in particolar modo rivolte alla creazione e sviluppo di soluzioni in hosting, Cloud e servizi data center. I nostri Partner coprono una vasta sfera di esigenze, dall'hosting condiviso fino alla data center extension, con soluzioni ibride, fisiche e in Cloud, garantendo sempre la Business Continuity. Stiamo inoltre investendo sempre di più sul servizio tecnico applicativo e sul supporto alla migrazione, e continueremo a farlo perché fortemente richiesto dai nostri Clienti i quali comunque già oggi si dichiarano soddisfatti dei nostri servizi nel 91% dei casi.

Il nuovo Global Cloud Data Center porta vantaggi anche ad Aruba Business?

Assolutamente sì! Global Cloud Data Center, recentemente inaugurato e collocato in un'area strategica per il Nord Italia e l'Europa Centrale, a Ponte San Pietro (BG) è a disposizione dei Partner di Aruba Business: di conseguenza, tutte le aziende del settore IT hanno la possibilità di sviluppare la propria infrastruttura IT fisica o in Cloud attraverso il nostro Data Center. Progettato con tecnologie di ultima generazione, è compatibile con i massimi standard certificati rating 4 ANSI TIA 942-A ed alimentato al 100% con energia prodotta da fonti rinnovabili. Inoltre, a tutte le aziende Clienti dei nostri data center, sarà garantita una gestione dei dati conforme ai requisiti che verranno regolamentati dal GDPR, in vigore da maggio 2018. Già oggi infatti Aruba aderisce al codice di condotta CISPE, che di fatto anticipa nella sostanza la regolamentazione UE che diventerà obbligo nel 2018.

veduta aereo del Global Cloud Data Center a Ponte San Pietro (BG)

Gabriele Sposato

Marketing Director per Hosting e Pec.it in Aruba dal 2015. Nasce come imprenditore nel 1997 quando fonda la sua Digital Agency, incorporata poi nel 2001 in una primaria Internet Company italiana attiva sui principali mercati europei. Nella sua carriera ricopre ruoli sia di Product Manager sia di Sales e Marketing Manager nell'ambito di progetti internazionali, con responsabilità diretta sul budget e sullo sviluppo del business in Paesi quali Italia, Francia, UK, Spagna e Portogallo. Oggi si occupa della gestione e pianificazione marketing per le divisioni Hosting.it e Pec.it di Aruba.it, per il canale partner Aruba Business e per Forspi.com, la controllata del Gruppo attiva in Est Europa.

aruba.it BUSINESS

Aruba Business s.r.l., società del gruppo Aruba, nasce nel 2015 con l'obiettivo di creare un canale unico dedicato al **mercato degli operatori IT** ed ai **Business Partner**. Il team, costituito da professionisti con anni di esperienza maturata nel settore e all'interno del gruppo Aruba (Widestore S.r.l., 9Net S.r.l. ed Alicom S.r.l.) è in grado di offrire, oltre a servizi IT quali Web Hosting , Domini, Cloud, e-Security e Data Center, **progetti strategici creati e gestiti su misura** del cliente e soluzioni rivolte a **rivenditori** interessati a offrire ai propri clienti un **portafoglio completo di servizi**.

IN PRIMO PIANO

Nasce Milano Digital Week: prima edizione a marzo 2018

Diego Piacentini, Commissario Straordinario per l'attuazione dell'Agenda Digitale con **Roberta Cocco**, Assessore alla Trasformazione digitale e Servizi civici, Comune di Milano

Milano cambia, cresce e si trasforma giorno per giorno attraverso il digitale: nasce da qui, e dalla volontà di scoprire e condividere progetti e attori che stanno contribuendo a trasformare il nostro modo di vivere, **il lancio della Call for proposal** per partecipare alla prima edizione della **Milano Digital Week**, in programma dal **15 al 18 marzo 2018**. L'iniziativa promossa attraverso avviso pubblico dal **Comune di Milano - Assessorato alla Trasformazione Digitale e Servizi Civici** e realizzata da **Cariplo Factory** in collaborazione con **IAB - Interactive Advertising Bureau** e **Hublab,** è stata presentata a Palazzo Marino nella Sala dell'Orologio. Sono intervenuti: Anna Scavuzzo, Vicesindaco del Comune di Milano; Roberta Cocco, Assessore alla Trasformazione digitale e Servizi civici del Comune di Milano; Carlo Mango, Consigliere Delegato di Cariplo Factory; Nicola Zanardi, Presidente di Hublab; Carlo Noseda, Presidente di IAB Italia. Ha partecipato anche Diego Piacentini, Commissario Straordinario per l'attuazione dell'Agenda Digitale. Saranno quattro giorni "a porte aperte" dedicati alla produzione e diffusione di conoscenza e innovazione attraverso il digitale. Milano Digital Week vuole essere infatti **una chiamata rivolta ad aziende, istituzioni, università, startup, centri di ricerca, associazioni** e a tutte le realtà che vorranno raccontarsi; e vuole aprire fisicamente le porte ai **cittadini**, per far conoscere i tanti volti della Milano digitale. Dall'innovazione sociale alle startup, dall'industria 4.0 alla digital education: attraverso **talk, mostre, seminari, eventi, performance, workshop, laboratori**, la Call for proposal mira a coinvolgere per la prima volta sotto lo stesso cappello **progetti in divenire ed esempi virtuosi di trasformazione digitale in atto nella città** nei più diversi settori, da quello scientifico e tecnologico alla cultura, dalla comunicazione alla finanza, dal food al design, fino a tutti i nuovi ambiti di innovazione resi possibili dal digitale."*Siamo molto felici di annunciare la prima Digital Week*", afferma **Roberta Cocco**, **Assessore alla Trasformazione digitale e Servizi civici**. *"Sarà una speciale rassegna a porte aperte, realizzata grazie alla collaborazione tra pubblico e privato, per mostrare ai cittadini i migliori progetti e le idee più innovative della Milano digitale"*.

Le candidature possono essere presentate **entro il 31 gennaio 2018** sul sito:
www.milanodigitalweek.com

Digitalizzazione delle Pmi: dal MISE 100 milioni

Con **decreto direttoriale del 24 ottobre 2017** sono state definite le modalità e i termini di presentazione delle domande di accesso alle agevolazioni. Le domande potranno essere presentate dalle imprese, esclusivamente tramite procedura informatica, **a partire dalle ore 10.00 del 30 gennaio 2018 e fino alle ore 17.00 del 9 febbraio 2018**. Già dal 15 gennaio 2018 sarà possibile accedere alla procedura informatica e compilare la domanda. Per l'accesso è richiesto il possesso della Carta nazionale dei servizi e di una casella di posta elettronica certificata (PEC) attiva e registrata nel Registro delle imprese.

Entro 30 giorni dalla chiusura dello sportello, il Ministero adotterà un provvedimento cumulativo di prenotazione dei voucher su base regionale, contenente l'indicazione delle imprese e dell'importo dell'agevolazione prenotata.

Nel caso in cui l'importo complessivo dei voucher concedibili sia superiore all'ammontare delle risorse disponibili (100 milioni di euro), il Ministero procederà al riparto delle risorse in proporzione al fabbisogno derivante dalla concessione del voucher da assegnare a ciascuna impresa beneficiaria. Tutte le imprese ammissibili alle agevolazioni concorrono al riparto, senza alcuna priorità connessa al momento della presentazione della domanda.

Ai fini dell'assegnazione definitiva e dell'erogazione del voucher, l'impresa iscritta nel provvedimento cumulativo di prenotazione deve presentare, entro 30 giorni dalla data di ultimazione delle spese e sempre tramite l'apposita procedura informatica, la richiesta di erogazione, allegando, tra l'altro, i titoli di spesa. Dopo aver effettuato le verifiche istruttorie previste, il Ministero determina con proprio provvedimento l'importo del voucher da erogare in relazione ai titoli di spesa risultati ammissibili.

Ciascuna impresa può beneficiare di un unico voucher di importo non superiore a 10 mila euro, nella misura massima del 50% del totale delle spese ammissibili.

Il voucher è utilizzabile per l'acquisto di software, hardware e/o servizi specialistici che consentano, come riporta il sito del MISE, di:

- migliorare l'efficienza aziendale;
- modernizzare l'organizzazione del lavoro, mediante l'utilizzo di strumenti tecnologici e forme di flessibilità del lavoro, tra cui il telelavoro;
- sviluppare soluzioni di e-commerce;
- fruire della connettività a banda larga e ultralarga o del collegamento alla rete internet mediante la tecnologia satellitare;
- realizzare interventi di formazione qualificata del personale nel campo ICT. Gli acquisti devono essere effettuati successivamente alla prenotazione del Voucher.

Scrivi alla redazione di Digital Voice:

redazione@digitalvoice.it

IN PRIMO PIANO

Osservatorio ANIE: il mercato delle tecnologie è il motore della ripresa

Giuliano Busetto, Presidente di Federazione ANIE

Sono segnali di ripresa quelli che emergono dall'Osservatorio di Federazione ANIE, una delle più importanti organizzazioni di Confindustria per peso e rappresentatività, che con oltre 1.300 aziende associate rappresenta la casa delle tecnologie italiane nei mercati dell'Industria, dell'Energia, del Building e delle Infrastrutture di trasporto. Guardando ai dati di consuntivo, nel primo semestre 2017 il 56% delle imprese che hanno preso parte all'Osservatorio segnala una crescita del fatturato rispetto al secondo semestre del 2016. Di queste, il 24% indica una crescita a doppia cifra. Grazie al miglioramento dello scenario internazionale, nel primo semestre del 2017 si consolidano i segnali di riattivazione della domanda estera: il 56% delle imprese ANIE segnala nel primo semestre del 2017 una crescita del fatturato estero nel confronto con il semestre precedente. Indicazioni incoraggianti originano anche dall'analisi del portafoglio ordini. Nel primo semestre del 2017, per oltre il 50% delle imprese che hanno preso parte all'indagine, sia piccole che medie e grandi, l'ordinato totale è in crescita rispetto allo stesso periodo del 2016. Anche per il secondo semestre del 2017 le attese delle imprese di ANIE si mantengono su un trend improntato al miglioramento: i saldi tra previsioni di aumento e di diminuzione sono positivi e risultano superiori rispetto a quelli registrati nel primo semestre.

Analizzando l'andamento dei mercati finali, quelli verso cui sono rivolte le tecnologie ANIE, si conferma trainante il mercato Industria: oltre il 60% delle imprese che hanno preso parte all'indagine segnala in questo ambito un aumento della domanda nazionale. Su questo dato certamente si riflette il riavvio degli investimenti in beni strumentali e in particolare nelle componenti più tecnologiche come quelle sostenute dal Piano Industria 4.0. In crescita anche il mercato delle Infrastrutture di trasporto ferroviario ed elettrificato, indicato in positivo da oltre il 45% delle imprese; le indicazioni dal mercato dell'Energia (fonti tradizionali e rinnovabili) si mantengono stabili; il mercato del Building vede il consolidamento di segnali positivi dopo una lunga fase critica.

"*Dopo un 2016 caratterizzato da luci e ombre, nei primi mesi del 2017 sull'evoluzione dei settori ANIE si riflette positivamente il miglioramento del profilo congiunturale nei principali mercati di riferimento*" ha commentato **Giuliano Busetto**, Presidente di Federazione ANIE. *"Anche guardando all'evoluzione nel 2017 dell'industria manifatturiera italiana, arrivano indicazioni positive dall'analisi dei principali indicatori qualitativi. L'effettivo consolidamento della ripresa italiana rappresenta un elemento essenziale a sostegno della domanda rivolta ai settori ANIE. In particolare, un ruolo importante potrà essere giocato dall'atteso rafforzamento degli investimenti in nuove tecnologie, comparto trasversale ai diversi mercati finali di riferimento. Per questa ragione, ANIE appoggia il Piano Impresa 4.0 a sostegno dell'industria manifatturiera italiana – la seconda in Europa dopo la Germania – e affianca, con le migliori e più innovative tecnologie oggi disponibili sul mercato, le grandi imprese committenti nei loro ambiziosi piani di investimento*".

Franceschini lancia il portale dei cammini

Dario Franceschini, Ministro dei beni e delle attività culturali e del turismo

Si è tenuta presso il Museo Nazionale Romano di Palazzo Massimo a Roma, alla presenza di **Dario Franceschini**, Ministro dei beni e delle Attività culturali e del Turismo, di **Giovanni Lolli**, Coordinatore Commissione Turismo e Industria Alberghiera della Conferenza delle Regioni e Province Autonome e di **Francesco Palumbo**, Direttore Generale della Direzione Generale del Turismo del MiBACT, la presentazione del portale **camminiditalia.it**. Si tratta della prima mappatura ufficiale dei cammini d'Italia, un contenitore di percorsi e itinerari pensato come una rete di mobilità slow che al momento contiene oltre 40 cammini: ci sono quelli dedicati ai santi, come i cammini francescani, laureatani e benedettini, quelli dedicati ai briganti come il sentiero che attraversa l'Aspromonte, il cammino di Dante che attraversa i luoghi dove Dante visse in esilio e scrisse la Divina Commedia, il sentiero della Pace che ripercorre luoghi e memorie della Prima Guerra Mondiale, e ancora la Via Appia, la Via Francigena, la Via degli Dei, il cammino di San Vicinio, la Via degli Abati, il sentiero Liguria, la Via Romea Germanica, il Sentiero del Dürer e tanti altri. Il Comitato, composto da Ministero, Regioni, Province autonome ed ANCI, ha elaborato i criteri per ammettere nel Portale dei Cammini i singoli itinerari proposti dalle Regioni, dalle Provincie autonome e continua a vagliarne nuove proposte di inserimento. Il Portale fornisce, per la prima volta, una visione di insieme dei percorsi che attraversano il nostro Paese, e permette di conoscere le connessioni tra i vari itinerari con nuove modalità di percorribilità. L'implementazione e lo sviluppo di nuovi modelli di fruizione e gestione sostenibile garantiranno e favoriranno l'integrazione ambientale – paesaggistica con attività agricole, artigianali e turistico-culturali del Sistema Paese, così come indicato nel Piano Strategico del Turismo 2017-2022. "*Sempre più persone partono in viaggio cercando qualcosa in più di una semplice vacanza. L'Atlante dei Cammini* - ha dichiarato il Ministro dei beni e delle attività culturali e del turismo **Dario Franceschini** - è pensato per quei viaggiatori che desiderano vivere un'autentica esperienza nel nostro Paese, immergendosi a passo lento in quel patrimonio diffuso fatto di arte, buon cibo, paesaggio e spiritualità che costituisce il carattere originale e l'essenza dell'Italia".

Il sito è online all'indirizzo www.camminiditalia.it.

Treno-Taxi per un viaggio più smart

Partnership fra Trenitalia e mytaxi per garantire ai clienti una vera e propria seamless experience, attraverso l'integrazione tra treno e taxi: sempre più smart, sempre più digitale. La collaborazione tra la società di trasporto del Gruppo FS Italiane e la più grande App in Europa per il servizio taxi è un esempio virtuoso di door to door e segna un altro traguardo nella realizzazione dell'ambizioso piano industriale del Gruppo FS: renderà più comodo, veloce e conveniente percorrere il "primo e ultimo miglio" cittadino, iniziando dalle stazioni di Roma e Milano, città dove la presenza di mytaxi è ormai consolidata. È la prima volta in Europa che si realizza una partnership del genere.

In Primo Piano

Amadeus, nuovi progetti per i primi 30 anni di attività

Benati: "utilizzare l'intelligenza artificiale alimentata dai Big Data per capire cosa vuole l'utente"

Francesca Benati, Amministratore Delegato e Direttore Generale Italia di Amadeus.

Se c'è una realtà che sin dal 1987 sa in che direzione si muove il mondo del turismo e non solo, questa risponde al nome di Amadeus, che quest'anno festeggia i 30 anni con lo spirito del pioniere sempre impegnato in innovazioni tecnologiche: quelle del 2017 sono Amadeus Direct, portale di servizi per sviluppare maggiormente il proprio business, e Amadeus Travel Intelligence, suite di soluzioni per l'analisi avanzata di Big Data per l'industria dei viaggi. La vera sfida, infatti, è "tradurre in azioni operative i dati" dopo averli analizzati, come spiega **Francesca Benati, Amministratore Delegato e Direttore Generale Italia di Amadeus**.

Il digitale ha rivoluzionato anche il mondo dei viaggi, in quale senso?

Per prima cosa, ha reso disponibili e fatto conoscere destinazioni che prima erano appannaggio solo di pochi. Fino a venti anni fa un viaggio in Patagonia era impensabile, perché si ignorava non solo come andare ma anche, arrivati lì, dove stare e cosa fare. L'avvento di Internet e dei social ha prodotto la disintermediazione dell'informazione, non più esclusiva degli addetti ai lavori. Poi ha trasformato l'utente in agente di viaggi di sé perché ha reso possibile conoscere, stando in casa, le destinazioni e il modo migliore e più economico di dove andare e dormire, costruendo il viaggio in modalità non più passiva ma attiva.

Come è iniziata la rivoluzione nel travel?

La vera rivoluzione nel mercato dei viaggi è stata la prima piattaforma di aggregazione degli hotel, che ha messo insieme un'offerta frammentata rendendola disponibile all'acquisto, alla prenotazione e alla comparazione: Expedia prima e Venere con altri dopo hanno aggregato in modo semplice il contenuto. Il passo successivo, compreso dalle Olta (Online travel agencies, ndr), è rappresentato dalla rilevanza dei contenuti per l'utente; quindi sono nate piattaforme di condivisione non solo di informazioni, ma anche di esperienze, attività e cose da fare in loco, in un'ottica di sharing economy. Adesso quello che sta veramente cambiando non è tanto il contenuto, che continuerà a evolvere, ma come la tecnologia interviene nella relazione con il viaggiatore, quindi nel soddisfare bisogni che sono prima, durante e dopo il viaggio, aumentando anche la possibilità di vendere prodotti e permettendo di dare un servizio all'utente dall'inizio alla fine.

Quale il ruolo dei Big Data, in questi processi?

Si parla di Big Data da tre o quattro anni, però manca l'infrastruttura per analizzare i dati ed erogarli in una maniera fruibile al fine di fare analisi predittive, gestendo di seguito attività molto semplici che aiutano la fidelizzazione dell'utente. Se so che sei un viaggiatore leisure non ti assegno la possibilità di prenotare un biglietto di business travel e viceversa, perché il comportamento di chi viaggia per piacere è molto differente da quello di chi si sposta per affari; il segmento business è più gestibile, quello leisure assolutamente imprevedibile. In questo senso la tecnologia aiuta tantissimo. La vera rivoluzione non sarà il contenuto, che aiuta a rendere personalizzabile l'offerta, ma utilizzare l'Intelligenza Artificiale alimentata dai Big Data per capire cosa vuole l'utente.

> ***"tradurre in azioni operative i dati"***

Il mercato del travel è polverizzato ed arretrato. Troppe aziende hanno gestionali limitati e guardano il dato solo in relazione al venduto. Noi proponiamo una tecnologia alla base di una scelta strategica: con la suite Amadeus Travel Intelligence permettiamo a destination management organizations, tour operator e agenzie di viaggio di aggregare il dato ed erogarlo come serve a loro; poi l'esperienza aiuta a leggere al meglio l'informazione. Uno dei corsi più gettonati al Ciset e in altre facoltà è quello di Data Scientist. Amadeus ha creato il protocollo per un master con lo scopo di formare Data Scientist utilizzabili nel mercato del travel. Il fine è quello di preparare figure in grado di saper leggere i dati e tradurli in azioni operative, unendo le doti di business analyst a quelle di project management.

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
NetConsulting3 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
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

IN PRIMO PIANO

Premio "Italia destinazione digitale", sei le regioni vincitrici

L'Alto Adige al primo posto per la reputazione digitale nella seconda edizione dell'evento

La seconda edizione del premio "Italia destinazione digitale" ha visto sei regioni selezionate più una menzione speciale: all'Alto Adige, che prende il posto della Basilicata premiata l'anno scorso per la stessa categoria, è andato il primo posto in termini di reputazione digitale, con un sentiment positivo pari all'88,5%, mentre la regione più recensita è risultata il Veneto (888.045 recensioni), la più accogliente l'Umbria con un sentiment positivo del 94,7%, quella più amata dai turisti stranieri la Basilicata (88,9%); al Piemonte è andato il riconoscimento per la miglior connettività ed alla Calabria il premio per la migliore fidelizzazione. La Valle d'Aosta ha avuto la menzione speciale come regione più promettente.

Il premio "Italia destinazione digitale" è frutto di una delle più grandi analisi mai effettuate su com'è percepita e quindi recensita online l'offerta turistica italiana dai viaggiatori e dagli utenti di tutto il mondo. Sono state prese in considerazione ed elaborate a livello semantico, grazie al sistema di intelligenza artificiale di Travel Appeal, oltre 7 milioni di recensioni online, un milione in più rispetto alla prima edizione del premio svoltasi l'anno scorso, apparse sui canali Booking.com, TripAdvisor, Expedia, Google e relative a più di 200.000 strutture ricettive tra alberghiere, extra-alberghiere e appartamenti (+85% rispetto all'analisi del 2016).

La distribuzione delle recensioni sui canali monitorati non ha subito variazioni rilevanti rispetto all'anno precedente, ad eccezione dell'ingresso di Google come ulteriore fonte informativa, che acquisisce già un 5% di importanza per recensioni rilevate sul totale dei canali. A livello regionale, il rapporto quantitativo tra recensioni e strutture ricettive è in un range compreso tra 16 e 64 recensioni per struttura. In particolare, è emersa la presenza di tre gruppi di regioni: il primo è composto da 9 di esse con, in media, tra le 16 e le 30 recensioni per struttura; il secondo gruppo è composto da 7 regioni con una media oscillante tra le 30 e le 50 recensioni per struttura; il terzo gruppo è composto da 5 regioni con una media tra le 50 e le 64 recensioni per struttura. Tra le strutture ricettive monitorate vi è un'importante presenza degli appartamenti, cui si collega però una modesta quantità di recensioni; ad essi seguono i B&B, cui spetta una grossa quota di recensioni, così come per gli hotel 3 e 4 stelle, seppure questi ultimi siano numericamente inferiori.

Emerge una differente distribuzione delle recensioni sui diversi canali monitorati: Booking è quello principale per quantità di recensioni in tutte le categorie, in particolare per gli appartamenti e gli affittacamere; TripAdvisor è il canale principale per quantità di recensioni sulla categoria degli agriturismi, per la quale contribuisce in buona parte anche Google; Expedia più in generale mostra una prevalenza di recensioni relative al comparto alberghiero.

Guardando ai dati aggregati su base nazionale, la soddisfazione generale degli ospiti che soggiornano in Italia, valutata su tutti i canali della ricettività, si attesta all'83,9% di sentiment positivo e mostra una variazione positiva di 1,5 punti percentuali rispetto allo stesso periodo 2015-2016. Tale valore è pari all'83,6% per il Nord Italia (+1,9% rispetto allo stesso periodo 2015-2016), all'83,3% per il Centro Italia (+1%) ed all'85,0% per il Sud, che con un +2% rispetto all'anno precedente è l'area geografica dal maggiore incremento di sentiment a livello nazionale.

PILLOLE DI DIRITTO

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

Crowdfunding e protezione dell'idea

Il Crowdfunding è oggi tra le forme più diffuse ed efficaci di finanziamento di progetti imprenditoriali e startup. I siti web che permettono agli aspiranti imprenditori di richiedere i capitali necessari per realizzare la propria idea e metterne in commercio il risultato sono numerosi; tra i più noti, Crowdfunder, Indiegogo, Kickstarter, Opstart e Tip Ventures. Il processo è semplice. In estrema sintesi (ciascun portale applica le proprie condizioni) occorre descrivere il proprio progetto con attenzione ed indicare – tra le ultime pagine – i rischi che potrebbero derivare da un cattivo utilizzo del prodotto o del servizio.

La totale trasparenza richiesta per descrivere la propria idea o invenzione espone però all'inevitabile pericolo che chiunque, anche in Paesi lontani, possa sfruttare a proprio vantaggio le informazioni divulgate sulla piattaforma.

Lo strumento che l'ordinamento italiano predispone a tutela delle invenzioni è il brevetto ex art. 2585 c.c. che richiede, quali requisiti essenziali per l'ottenimento, che l'attività inventiva sia nuova, lecita e atta ad avere un'applicazione industriale. Sebbene nell'immaginario comune sia impensabile riuscire a predisporre un'adeguata tutela alle proprie idee senza spendere un capitale, in realtà non è affatto così. È sufficiente infatti dare un'occhiata alla banca dati Espacenet dell'Ufficio Europeo dei Brevetti EPO per rendersi conto che gli inventori più accorti - ovvero tutti gli inventori che intendono far fruttare le proprie idee – depositano preventivamente una domanda di brevetto nel Paese in cui intendono sfruttare commercialmente l'invenzione. I costi variano in base al Paese e ovviamente al consulente cui ci si rivolge ma, per dare una stima, si aggirano intorno alla cifra che va tra i 1.000€ ed i 5.000€. Gli effetti della prima divulgazione si ripercuotono sul requisito della novità, facendo venire meno i presupposti per un'eventuale privativa futura. La conseguenza della divulgazione della propria idea in mancanza di privativa è evidente: chiunque, direttamente o indirettamente, venisse a conoscenza dell'invenzione potrebbe lecitamente appropriarsene senza attribuire al legittimo titolare alcun diritto di richiedere un risarcimento per gli eventuali danni subiti. La decisione di avvalersi o meno di questo strumento deve quindi essere presa con la maggiore attenzione possibile in quanto anche da ciò dipenderà il futuro della nostra startup.

Avv. Alessandra Bisi
Alessandra Bisi-Giovanna Stella Avvocati Associati,
Milano.
alessandra.bisi@studiobisistella.it

STORIA DELL'INNOVAZIONE

Dalle ricerche di Marconi sulle microonde al Futuro. La voce del Papa

Per ricordare la figura e l'importanza scientifica di Marconi, il Comune di Santa Marinella ha organizzato giovedì 19 ottobre il convegno "Dalle ricerche di Marconi sulle microonde al Futuro. La voce del Papa", presso il Castello di Santa Severa.

Il Sindaco **Roberto Bacheca** consegna la cittadinanza onoraria alla P.ssa **Elettra Marconi**

Il Sindaco **Roberto Bacheca** ha aperto il lavori dell'evento realizzato dal Comune con il contributo del Presidente della Fodazione CARICIV, il Patrocinio di Senato della Repubblica, Regione Lazio, Aeronautica Militare, CNR e RAI. Hanno collaborato la Principessa Elettra Marconi, Cittadina Onoraria di Santa Marinella; Mons. Dario Edoardo Viganò, Prefetto per la Comunicazione della Città del Vaticano; il CReSM Centro Radioelettrico Marconi; il Comando Logistico dell'Aeronautica Militare; ARI Sez. di Civitavecchia, Ostia e Capofigari; AMSAT Italia; CNR; Lega Navale Italiana; Coordinamento Stazioni Marconiane Italiane; Fundación Titanic San Sebastian (Spagna); LAZIOcrea; CoopCulture. **Maurizio Gasparri**, Vicepresidente del Senato, ha diretto i lavori di convegno. Coordinatore e promotore del convegno, il Prof. Livio Spinelli, delegato del Sindaco per lo "Science Park Guglielmo Marconi – Aeronautica Militare". Sono intervenuti illustri relatori, fra cui: il Comandante del Comando Logistico dell'A.M Gen. S.A. Giovanni Fantuzzi; il Prof. Massimo Inguscio, Presidente del CNR; il Prof. Giovanni Cancellieri, Presidente del CReSM; l'Ing. Luigi Rocchi, Direttore della Direzione RAI Qualità e Pianificazione; l'Ing. Stefano Pileri, Amministratore Delegato di Italtel e Presidente di Anitec; il dott. Alessandro De Carolis, responsabile della Segreteria di Comunicazione Vaticana; la Principessa Elettra Marconi. Nel corso del convegno è stato ribadito il protocollo siglato tra Comune, CReSM e Aeronautica Militare per la valorizzazione di "Torre Chiaruccia", dove sarà istituito lo "Science Park Marconi", dove lo scienziato premio Nobel, primo al mondo, effettuò ricerche e sperimentazioni sull'impiego delle microonde nella radiotelefonia mobile e tv, proprio da Capolinaro.

"Un ulteriore tassello per l'istituzione del "Museo Marconiano" – ha dichiarato il Sindaco Roberto Bacheca – *che tra qualche tempo diverrà finalmente realtà grazie al prezioso lavoro del Prof. Spinelli, del CReSM e dei vertici dell'Aeronautica Militare, a cui va il mio personale e sincero apprezzamento per aver tenuto fede agli impegni presi durante questi anni".*

Guglielmo Marconi, premio Nobel e presidente del CNR dal 1927 al 1937, ha condotto a Santa Marinella (RM) esperimenti all'avanguardia sulle microonde applicate a radiotelefonia mobile, televisione, navigazione cieca e radiolocalizzazione. Già nel 1916 Marconi aveva notato che le onde corte venivano riflesse da ostacoli nella loro traiettoria producendo un fischio nel ricevitore, e annotò la sua convinzione che questo fenomeno potesse essere il fondamento per la rilevazione delle navi. Così a Santa Marinella riprese le ricerche sulle onde corte inferiori a un metro e proprio qui, da Torre Chiaruccia, nell'aprile del 1935 provò innovative apparecchiature composte da un piccolo trasmettitore radio con un ricevitore accoppiato. Erano gli albori della nuova tecnologia che più tardi sarebbe stata chiamata *'radio detection and ranging'* cioè RADAR: apparati radio in grado di proiettare onde elettriche e rilevare quelle riflesse da corpi metallici, capaci di individuare immediatamente la presenza e la posizione di altre navi; una tecnologia che ebbe un ruolo fondamentale in campo bellico e civile: basti pensare a quando, nel 1933, Marconi realizzò per Papa Pio XI il primo collegamento radiotelefonico a microonde.

Città del Vaticano

Papa Pio XI, con le cuffie sta parlando al telefono "cellulare".

Le sue telefonate tramite ponti radio a microonde venivano poi instradate sulla rete telefonica fissa.

Marconi di spalle col cilindro, alla sua destra Padre Gianfranceschi S.J. futuro primo direttore di Radio Vaticana.

Marconi, Presidente del CNR

Quest'anno ricorre l'80° anniversario della morte dell'inventore della radio e il 90° della sua nomina alla Presidenza del CNR. Il 2017 può essere considerato un anno marconiano: di recente si è tenuta la commemorazione per il novantennale della biblioteca centrale del CNR intitolata a Guglielmo Marconi, alla presenza della figlia Elettra. Per ricordare la figura di questo grande scienziato e inventore, il magazine del CNR ha dedicato a Marconi il Focus monografico dell'Almanacco della Scienza on line, esaminando con l'aiuto dei suoi ricercatori e di esperti alcuni aspetti della sua eccezionale attività.

Giovanni Paoloni, storico della scienza dell'Università Sapienza di Roma, ricorda la Presidenza marconiana del CNR; della conquista del Nobel per la Fisica parla Gilberto Corbellini, direttore del Dipartimento di scienze umane e sociali e patrimonio culturale (Dsu-CNR); Riccardo Pietrabissa, membro del Consiglio scientifico, affronta la questione dei brevetti legati alla telegrafia senza fili. Sul wireless, di cui Marconi fu il pioniere assoluto, interviene Domenico Laforenza, Direttore dell'Istituto di informatica e telematica; la storia della biblioteca centrale dell'Ente è illustrata dal suo Direttore, Alberto De Rosa e da Maurizio Gentilini del Dsu. Alle celebrazioni per i 90 anni della Biblioteca del CNR è dedicato anche uno dei Video del mese. Il web magazine dell'Ufficio stampa del Consiglio Nazionale delle Ricerche è on line all'indirizzo www.almanacco.cnr.it.

Dalle ricerche di Marconi all'innovazione del 5G

Gli esperimenti all'avanguardia di Marconi sulle microonde e sulla tecnologia radar hanno avuto un ruolo determinante nel percorso dell'era moderna da un punto di vista storico, in ragione dell'utilizzo che ne è stato fatto durante il secondo conflitto mondiale, ed economico e sociale, perché hanno aperto la strada ad una innovazione profonda e ininterrotta nelle Comunicazioni.

Al convegno di Santa Marinella è intervenuto anche **Stefano Pileri**, Amministratore Delegato di Italtel, azienda che negli ultimi decenni del secolo scorso è stata protagonista della trasformazione delle Telecomunicazioni da elettromeccaniche ad analogiche e che a partire dal 2000 e dallo sviluppo di Internet sino ad oggi ha saputo interpretare i nuovi paradigmi della voce su IP, della softwarizzazione delle reti e della rivoluzione del 5G.

"*Le tecnologie su cui oggi facciamo innovazione sono anche frutto delle prime sperimentazioni di Guglielmo Marconi sulle microonde e della sua capacità di intravedere gli sviluppi tecnologici che ne sarebbero derivati*" – dice Stefano Pileri. *"Il 5G è lo scenario che si sta aprendo e su cui dobbiamo trasformare in senso digitale la nostra vita, le città e il lavoro. L'Europa si è data sul 5G un vero e proprio action plan che richiama tutti i Paesi all'importanza di implementare questa rivoluzione, cui anche Italtel sta collaborando in modo attivo attraverso la partecipazione a quattro progetti finanziati del programma europeo Horizon2020".*

EVENTI

La Digital Transformation e il nuovo ruolo della manutenzione

Il parere di Saverio Albanese, Presidente A.I.MAN.

Saverio Albanese, Responsabile Corporate Manutenzione e Gestione Materiali Tecnici, ENI Versalis, e Presidente A.I.MAN., Associazione Italiana della Manutenzione

Il tema della Digital Transformation si sta rivelando oggi sempre di più principale argomento di discussione attorno al quale ruotano i momenti di incontro in ambito professionale, siano essi convegni, seminari o Workshop

Tuttavia se da un lato, possiamo registrare una diffusione costante della conoscenza delle principali tecnologie abilitanti, è innegabile come al tempo stesso si fatichi a comprendere i reali motivi di questa evoluzione digitale. E soprattutto perché tale evoluzione debba essere avviata il più presto possibile, vincendo le radicali resistenze al cambiamento che rappresentano ancora oggi tra i primi fattori della perdita di competitività e conseguente esclusione dal mercato globale.

Per spiegare il nostro ragionamento dobbiamo partire da una considerazione tanto semplice quanto cruciale: fare business oggi è diventato estremamente più complesso che in passato.

Le motivazioni, a noi ben note, sono le più disparate: globalizzazione, sostenibilità, ipercompetitività, efficienza, passando per i concetti di business market driven, digitalizzazione e tanto altro ancora.

Questi "agenti esterni" che le varie organizzazioni si sono improvvisamente trovate ad affrontare hanno comportato come principale reazione, nella maggior parte dei casi, quella dello sviluppo di nuove funzioni interne, che hanno complicato la realtà aziendale e allungato i processi decisionali.

Qual è allora l'arma che ci può consentire di attivare il processo opposto e avviarci verso la strada della semplificazione? Il paradigma della Digital Transformation e l'adozione delle nuove tecnologie digitali.

Il primo stimolo di questo cambio di passo lo possiamo trovare nel concetto di automazione. Per sua stessa natura infatti l'automazione ha come principio fondante la spinta verso la riduzione di ridondanze ed errori causati dall'attività manuale.

Oggi digitalizzazione e informatizzazione di massa e l'affermarsi dell'Internet of Things abilitano l'automazione nel raggiungimento degli obiettivi di efficienza produttiva, riduzione di upset e conseguenti downtime d'impianto grazie alla comunicazione machine to machine in real time e a quella uomo - macchina.

Questo tipo di comunicazione si esplicita nell'invio di una serie di informazioni relative allo stato operativo del singolo item, che vanno ad arricchire quel grande universo chiamato Big Data. È qui che subentrano gli Advanced Analytics, i quali vanno a interpretare questa enorme massa di dati trasformandola in informazioni di valore, di tipo potenzialmente predittivo.

In questo scenario il cloud computing finisce per diventare l'infrastruttura tecnologica più semplice, e relativamente a basso costo, per supportare il cambio di paradigma.

Oltre al cloud computing, altro strumento chiave su cui poggiano le fondamenta della Digital Transformation è l'integrazione orizzontale e verticale dei sistemi IT.

Questo concetto comporta un ulteriore cambio di passo in termini di approccio culturale, poiché implica un accesso di tipo aperto ai sistemi IT aziendali da parte di tutti gli attori coinvolti nella Value Chain associata a un prodotto, consentendo l'accesso e l'eventuale modifica di tutti i dati sensibili (dalla rivalutazione dei criteri progettuali in funzione del comportamento all'utilizzo di servizi atti a migliorare le prestazioni da parte dell'OEM).

Si determina pertanto un riposizionamento della Value Proposition aziendale, attraverso una vera e propria dematerializzazione dei prodotti verso insiemi integrati di servizi.

Il modello di Digital Transformation descritto finora si configura pertanto come un fondamentale strumento atto sia a favorire il perseguimento di nuove opportunità di business, sia a ottenere l'eccellenza operativa in manutenzione.

Proprio i manutentori infatti sono tra i principali beneficiari dei vantaggi del nuovo paradigma, grazie alla possibilità di utilizzo di strumenti in mobilità che migliorano efficacia ed efficienza degli interventi di tecnici e ingegneri di manutenzione. A incrementare ulteriormente la qualità degli interventi è l'accesso alle tecnologie di realtà aumentata: l'utilizzo di schermi per visualizzare in tempo reale istruzioni o schede tecniche, la possibilità di comunicare in remoto attraverso telecamere e microfoni integrati sull'equipaggiamento e di conseguenza di coinvolgere live più operatori, anche non fisicamente presenti, o al contrario la possibilità che uno stesso manutentore operi su più asset senza necessariamente disporre di conoscenze tecniche specifiche sull'asset stesso, rappresenta una rivoluzione che cambia radicalmente l'approccio con l'asset da manutenere.

Queste riflessioni si inseriscono all'interno di una più ampia considerazione, che riguarda l'incremento diffuso delle tecniche di manutenzione preventiva, e quindi di cultura di manutenzione, all'interno delle realtà industriali in maniera trasversale.

Tuttavia numerose indagini hanno portato alla luce come la manutenzione preventiva di tipo ciclico basata sull'età o sull'uso dell'asset riesca ad intercettare poco meno del 20% dei guasti, con conseguenti perdite di efficienza produttiva e aumento di costi di manutenzione.

Il tipico intervento di manutenzione programmato a calendario, o effettuato in base ai cicli di utilizzo, per sua stessa natura non può garantire infatti che ci sia una necessità effettiva di manutenzione dell'asset in quel preciso momento; per di più la sostituzione di componenti non ancora a fine vita rappresenta una pratica non cost effective.

Pur trattandosi di una pratica capace di ottimizzare l'intervento di manutenzione su un asset critico, attraverso il monitoraggio della singola variabile e la conseguente analisi dei trend per determinare soglie di allarme e blocco, la manutenzione predittiva su monitoraggio delle condizioni non è in grado di mettere al riparo da falsi positivi.

L'implementazione delle nuove tecnologie, e l'utilizzo degli advanced analytics nell'interpretazione dei Big Data, consente al contrario non solo di predire il guasto, ma anche di "imparare" autonomamente dalle relazioni nascoste tra dati storici e, attraverso l'aggiornamento automatico degli algoritmi di analisi, mettere in pratica un'attività di machine learning atta a rendere il processo sempre più puntuale e "predittivo".

Si va così verso una predizione del guasto in maniera sempre più anticipata rispetto al potenziale failure, e in una maniera estremamente più efficiente rispetto alle classiche tecniche di manutenzione predittiva.

Tutto ciò è possibile grazie all'aumentata capacità di analisi dei dati, che tende a favorire, alla lunga, uno spostamento dell'orizzonte manutentivo da tecniche di tipo predittivo a strategie di tipo proattivo e prescrittivo.

Gli scenari sono pertanto illimitati. Siamo solo al punto di partenza di un futuro caratterizzato da una manutenzione sempre più digitale e "intelligente" perché in grado di semplificare la complessità abilitata dagli strumenti in mobilità, dall'intelligenza sul front end e sulla piattaforma e attraverso un processo decisionale basato sugli advanced analitycs.

Ma soprattutto, grazie a questo cambio di passo, sarà sempre più vicino il sogno di tutti i manutentori: fare la manutenzione giusta al momento giusto!

I° Convegno dell'Osservatorio Italiano della Manutenzione 4.0

30 novembre 2017 - Malpensa Center

Abbiamo incontrato i partner dell'Osservatorio A.I.MAN. Manutenzione 4.0 che il 30 novembre prossimo saranno presenti al I° Convegno dell'Osservatorio (Malpensa Center - Scalo Intercontinentale di Malpensa, Terminal 1, dalle ore 9.30): Engineering, Reply e SAP.

A tutti abbiamo rivolto le medesime due domande:

Quali sono a vostro avviso i benefici che le aziende possono ottenere dal Paradigma Manutenzione 4.0? Come si declina l'offerta e il supporto della vostra azienda nell'Industria e Manutenzione 4.0?

Intervista a Maurizio La Porta Senior Consultant Direzione Industria, Trasporti e Infrastrutture Engineering

1. Fare manutenzione significa prendere continuamente decisioni in un contesto estremamente complesso. Fare manutenzione preventiva poi significa intervenire su un asset, fino anche a sostituirlo, quando ancora sta funzionando. Anche quando non si interviene direttamente sugli asset si prendono decisioni: i livelli di scorte da ripristinare; il numero minimo di operai di manutenzione; gli SLA da chiedere ai fornitori; la reperibilità. Tutte queste decisioni hanno un impatto sul conto economico e quindi sulla profittabilità dell'azienda, sia in termini di costi diretti che in costi indiretti: mancata produzione; mancata vendita; costi di rilavorazione; penali; ampliamento dei buffer intermedi per assorbire interruzioni nel flusso di produzione; sprechi. Decisioni sbagliate in ambito manutenzione possono causare usura anticipata delle macchine, abbassamento dell'OEE, necessità di interventi di manutenzione straordinaria per il ripristino dell'efficienza, impossibilità di garantire i livelli produttivi. Tutto questo può essere evitato grazie alle tecnologie di Industria 4.0 che consentono di raccogliere i dati di funzionamento delle macchine e ambientali, trasformarli in conoscenza e di supportare le decisioni mediante valutazioni quantitative di rischio, di costo e, in ultima analisi, di beneficio sul margine aziendale.
2. Le nostre soluzioni consentono alle aziende di conoscere lo stato reale degli asset grazie all'IoT, predire la possibilità di un guasto, analizzare a livello sistemico gli impatti delle diverse politiche manutentive e in ultima analisi di prendere decisioni mirate, puntuali, in grado di massimizzare il valore degli asset per le aziende, minimizzando i rischi e i costi, diretti ed indiretti. Le tecnologie di supporto alle attività manutentive, basate su tablet, smartwatch e occhiali con funzionalità di realtà aumentata, consentono di tracciare accuratamente le attività manutentive effettivamente svolte, aumentare l'efficacia ed il valore degli addetti, riducendone i costi di formazione e di mantenimento, catturando le best practice ed il know-how degli esperti e rendendolo patrimonio aziendale, a disposizione di tutti coloro che si occupano di manutenzione.

Intervista a Guido Guerrieri, Executive Partner, Reply

1. L'Industria 4.0 interpreta la fabbrica come un'entità intelligente, flessibile e autonoma, e rappresenta per le aziende manifatturiere l'opportunità di automatizzare e digitalizzare i propri processi produttivi, ottimizzando tempi e costi ed incrementando la qualità del prodotto finito.
Il tema della manutenzione, che si pone all'interno del paradigma dell'Industria 4.0, vive oggi di rinnovato interesse grazie a nuovi scenari di business. La manutenzione, infatti, non è più votata solamente all'efficienza ed al risparmio, ma anche a modelli di ricavo innovativi che sfruttano tecnologie come l'Industry of Things (IoT), l'analisi predittiva e la collaborazione social degli specialisti sul campo.
Grazie a tali modelli, le correlazioni tra le prestazioni delle macchine e la propensione ai difetti divengono visibili. Di conseguenza, la manutenzione può essere prevista per garantire l'adesione alle soglie definite in precedenza. Questa manutenzione proattiva evita tempi di arresto dai costi elevati, contribuendo a una garanzia di qualità predittiva.
Su queste basi, alcuni produttori europei di impianti e macchinari stanno ipotizzando dei modelli di business basati sulla raccolta dati real-time e su analisi predittive, in sostituzione delle vecchie metodologie basate sull'ispezione degli impianti o su metodi prescrittivi.
Ciò che viene venduto non è più l'impianto ma il servizio "pay-per-use", dove l'acquisto reale non è il macchinario ma il risultato.
2. Oggi Reply è attiva nell'Industria 4.0 sia con team specializzati nelle piattaforme di integrazione dell'IoT, sia supportando i clienti nell'analisi e nella sperimentazione di modelli di business innovativi. Da alcuni anni Reply ha inoltre lanciato Breed Reply, un incubatore dedicato a start-up europee legate all'IoT. Tra queste, ci sono società che operano nell'Industria 4.0 come We Predict e Senseye, che realizzano software di Advanced Predictive Analytics per settori quali l'automotive, l'heavy machinery e le assicurazioni.
Non ultimo, per mettere in relazione le forze sul campo con il bagaglio di esperienza presente nell'azienda cliente, Reply dà grande importanza all'impiego di strumenti come chatbot, messaggistica peer-to-peer o ambienti di realtà virtuale. Manutenzione 4.0 per Reply significa quindi innovazione nelle tecnologie, ma anche e soprattutto innovazione nel modo di sviluppare il business dei nostri clienti.

Intervista a Giacomo Coppi - Team Leader – IoT & Digital Supply Chain – SAP Italia

1. Le tecnologie per la manutenzione 4.0 sono oggi accessibili anche da piccole e medie imprese con la possibilità di modificare gli approcci alla manutenzione. Passare da scenari tradizionali di manutenzione correttiva e time/counter based, a scenari drasticamente più efficaci ed efficienti come quelli della manutenzione on condition e predittiva è oggi facile.
Nell'esperienza su diversi clienti, i benefici economici possono arrivare anche al 15% sui costi annui di manutenzione. Inoltre, il miglioramento dei livelli di servizio e della disponibilità di impianto ha impatti diretti su tutta la catena logistica e – per molte industry – anche sul cliente finale.
Molti nostri clienti hanno sfruttato la trasformazione digitale anche per entrare in nuovi mercati e cambiare strategia. Aziende produttrici hanno iniziato a vendere servizi accessori a valore o hanno addirittura modificato il loro modello verso il pay-per-use o la servitization, trattenendo per sé parte del valore che oggi la tecnologia offre. Tra i nostri clienti c'è chi vendeva compressori, oggi vende metri cubi d'aria; chi vendeva automobili, oggi vende ore d'uso di vetture; chi vendeva macchinari automatici, co-partecipa al successo dei propri clienti garantendo livelli di servizi ed efficienza di impianto.
2. Il sistema SAP per l'innovazione digitale è SAP Leonardo. In omaggio alla genialità italiana, SAP Leonardo consente ad aziende di ogni industry e dimensione di affrontare la manutenzione 4.0 con modi, tempi ed investimenti adeguati al business case da soddisfare ed in modo scalabile.
SAP Leonardo comprende la piattaforma in memory con servizi tecnologici e di business pronti all'uso (gestione device, algoritmi di machine learning, geolocalizzazione, digital twin, ...).
Alla piattaforma si uniscono gli strumenti per l'integrazione di macchinari, sensori e cose con decine di protocolli informatici già pronti e gli strumenti per aggiungerne altri con velocità e semplicità.
L'offerta si completa con applicativi già disponibili per connettere beni, assets, flotte, infrastrutture e persone e gestire processi come manutenzione predittiva ed asset integrity, ciclo di vita dell'asset con digital twin, integrazione asset e modello produttivo, ...
SAP Leonardo si contraddistingue per la capacità di dialogare con sistemi già presenti in azienda – SAP e non SAP, per essere la base di realizzazione di ulteriori componenti innovativi e nel consentire di portare benefici in azienda in modo agile in qualche settimana.

Per tutte le info
www.aiman.com/osservatorio-4-0/1-convegno

EVENTI

FIDAInform Tour - Eccellenze Digitali per il cambiamento e la crescita

Di fronte ad un pubblico di oltre cento tra Decisori Digitali, soci del Club TI, rappresentanti di aziende innovative e startup, si è svolta il 7 novembre a Milano la seconda tappa del Tour FIDAInform.

Con il patrocinio di Confindustria Digitale e di Assolombarda, la conferenza è stata aperta dai "padroni di casa" **Emanuele Balistreri**, Presidente del Club TI e **Paolo Paganelli,** Presidente di FIDAInform, l'associazione dei Club dei Dirigenti di Informatica, che hanno raccontato l'ambiziosa iniziativa del Tour, che si basa sul desiderio di far emergere a livello sia locale che nazionale iniziative, progetti innovativi, esperienze di Digital Transformation.

Filippo Moroni, Vice Presidente del Gruppo ICT e Servizi alle Imprese di Assolombarda Confindustria Monza e Brianza e Presidente della sezione ICT, ha testimoniato quanto la Digital Transormation sia oggi una leva strategica per il successo del Sistema Italia, e quanto Confindustria e le sue territoriali pongano particolare attenzione al nostro settore.

Annamaria Di Ruscio, Amministratore Delegato di NetConsulting cube, ha disegnato lo scenario e la roadmap delle aziende italiane che stanno traguardando importanti step verso la concretizzazione di un modello *Impresa 4.0*. Fra i tanti dati citati, quello secondo cui ben il 71% delle nostre imprese medie e grandi ha intrapreso un Piano di Digital Transformation, parziale o globale. La platea ha confermato (con il 51% di risposte positive attraverso un efficacissimo live polling) che la Digital Tranformation è una realtà forte nelle aziende di tutti i vertical, per quanto permangano ovvie difficoltà, principalmente legate a quelle che sono state definite *resistenze culturali in seno alle organizzazioni*.

I Partner nazionali del Tour hanno evidenziato oneri ed onori di chi ha il compito di portare quotidianamente innovazione alle aziende clienti. **TIM** ha presentato la piattaforma per sviluppatori TIM Open, in grado di aiutare le aziende che devono adottare soluzioni Digitali per supportare i loro processi di business; **Sopra Steria** ha evidenziato un nuovo approccio per il sostegno alle aziende impegnate in percorsi di Digitalizzazione attraverso una metodologia innovativa di co-design; **Var Group** ha sottolineato quanto i temi dell'Innovazione siano importanti per il Gruppo, che in un anno ha raddoppiato le proprie risorse dedicate alla tematica; **RTT** ha presentato un caso concreto nel settore del Fashion volto a valorizzare l'Innovazione in ambito applicazioni e soluzioni gestionali.

Tutti gli interventi sono stati inframmezzati, in una formula frizzante ed originale, da **contributi del "business":** autorevoli CIO delle diverse Industry, dalla Pubblica Amministrazione alla Sanità alla Componentistica elettronica, dal Retail al mondo delle Utilities fino al Banking hanno raccontato come Business e Tecnologia si possano e si debbano integrare per favorire una reale innovazione delle imprese, elemento ritenuto da tutti vitale per poter sopravvivere oggi.

Un parterre ricchissimo. **Roberto Soj**, Direttore Generale di Lombardia Informatica, ha raccontato la Trasformazione Digitale della

> "A Milano la seconda tappa del tour"

Pubblica Amministrazione; **Marco Bosio** di ATS Milano ha condiviso con l'audience i risultati del progetto Infostranieri, nato per favorire l'empowerment del cittadino straniero in ambito sanitario a Milano; **Andrea Dupplicato**, CIO di IEO e Centro Cardiologico Monzino, si è focalizzato sugli aspetti innovativi del mondo sanitario legati alla robotica, all'IOT e ai Sensori wearable. Illuminante è stato il parere di **Marco Moretti**, CIO di A2A e Presidente di A2A Smart City, che ha raccontato di una Milano intelligente ed ecosostenibile; **Gloria Gazzano**, CIO Italgas e Presidente di CIO Aica Forum, ha sottolineato come il programma di Innovation Management attuato dalla Direzione ICT abbia scardinato una visione obsoleta e cristallizzata dei Sistemi Informativi; **Fabio Degli Esposti**, CIO di SEA – Aeroporti di Milano, ha raccontato il ruolo delle tecnologie digitali per l'engagement del passeggero in aeroporto ed ha tracciato le linee guida del progetto SEA020. **Luca Fontanella**, MEMS Business Manager di StMicroelectronics, ha raccontato tutte le potenzialità delle tecnologie IoT e dei sensori per le aziende che operano nelle diverse industry, arrivando fino alla digitalizzazione degli animali; **Saverio Albanese** nel suo doppio ruolo di Responsabile Manutenzione di **Versalis** e Presidente di **A.I.MAN.**, Associazione Italiana Manutenzione, ha dato voce alle esigenze e priorità delle aziende con grandi impianti che devono intraprendere anche loro il sentiero verso Manutenzione 4.0; **Paolo Ciceri**, CIO del Gruppo **la Rinascente,** nel raccontare l'inaugurazione del nuovo department store di Roma ha evidenziato il digitale "nascosto" non solo in negozio, ma in tutta la value chain di un retailer di eccellenza; **Demetrio Migliorati** ha illuminato la platea con i tre pilastri fondanti dell'evoluzione digitale, i mantra dei prossimi anni: A.I., FIntech e Blockchain.

Degno di nota il grande contributo live della platea, chiamata a confrontarsi interattivamente sui temi della Digital Transformation, con live polling sugli interventi dei relatori, creati con l'obiettivo di trasferire spunti concreti su come le esperienze di Impresa 4.0 raccontate dai testimonial possano essere fonte di ispirazione per nuove idee e progetti.

Nel corso della mattinata la platea ha anche scelto, sempre con il sistema del *live polling*, le tre startup che parteciperanno alla finale di Torino di giugno prossimo: **BeMyEye**, focalizzata su mistery shopping e crowd sourcing; **Swascan**, nata per il testing delle applicazioni in Cloud; **Inventia**, piattaforma di digital sales automation.

Per approfondire e rivivere l'evento milanese,

www.fidainformtour.sirmicomunica.it/.

Arrivederci a Roma, il 22 novembre!

Pagina a cura del marketing NC3

EVENTI

FIDAInform Tour

Intervista ad Annamaria Di Ruscio, Amministratore Delegato di NetConsulting Cube

Annamaria Di Ruscio,
Amministratore Delegato
di NetConsulting cube

A margine della tappa milanese, parliamo con Annamaria Di Ruscio, Amministratore Delegato NetConsulting cube, di ***FIDAInform Tour****, il programma di incontri promosso da FIDAInform per mettere in evidenza le Eccellenze Digitali ed i progetti di successo di Digital Transformation.*

Perché costruire con FIDAInform questo programma?

Perché vogliamo far emergere un'Italia che investe e che con coraggio affronta le difficoltà e promuove la Trasformazione Digitale all'interno di se stessa, dei propri processi e magari anche innovando prodotti e servizi. E lo facciamo attraverso una stretta collaborazione con i Club territoriali dei Dirigenti IT che aderiscono alla Federazione: Torino, Milano, Roma, Genova, Bologna ed Ancona.

Abbiamo già sperimentato la formula a Torino, a giugno e a Milano il 7 novembre; e il Tour si trasferisce a **Roma** il 22 novembre pomeriggio e proseguirà nei primi mesi del 2018 a **Genova, Bologna** e **Ancona**, per chiudere dove siamo partiti, a **Torino**, all'inizio di giugno 2018.

A chi si rivolge il Tour?

Sicuramente a tutto l'ecosistema del Digitale: abbiamo pensato il Tour ed i palinsesti delle sue tappe avendo in mente le esigenze delle Aziende Utenti, che vogliono affrontare questo percorso ma hanno in fondo qualche timore e che magari dal racconto di altre aziende troveranno spunti e occasioni di riflessione e di stimolo.

Lo abbiamo pensato anche per le Aziende Fornitrici del Digitale, per interpretare al meglio le esigenze che ciascun territorio esprime; e per le Università, per i Poli di Incubazione, per le Startup, elementi indispensabili per la Trasformazione Digitale e per costruire uno strato di competenze capaci di indirizzare cambiamenti così importanti.

In ogni tappa del Tour c'è anche un contest dedicato alle Startup: alcune eccellenze, tutte diverse per le varie tappe, si presentano e vengono votate dalla platea e da una giuria a supporto; e le Startup vincitrici di ciascuna tappa saranno in finale a Torino a giugno 2018, e le prime tre classificate riceveranno un premio in denaro, sicuramente simbolico ma concreto. Vogliamo con questo dare anche il senso puntuale di un'Italia che cambia e si trasforma.

Sicuramente quello dell'Ecosistema è uno degli aspetti che abbiamo indirizzato nell'agenda di ciascuna tappa, insieme alla richiesta di testimonianze da parte di esponenti di casi di eccellenza. Ed anche a Roma ne avremo diverse, dal **Comune di Roma** a **RAI**, **ENI**, **ISTAT** ed **ENEL** per citarne alcuni.

Non mi resta allora che dirvi che vi aspettiamo e speriamo di sentire anche la vostra voce: abbiamo fatto e faremo sì che anche il Pubblico possa esprimere le sue idee, i suoi timori, le sue aspirazioni, i suoi desiderata; e quindi faremo in modo che ogni incontro sia una buona occasione per comunicare quest'Italia che si trasforma.

Roma, 22 novembre 2017, hotel Parco dei Principi, ore 14.30

Fra i relatori:
Marcello Bertoni,
Vicedirettore, Unindustria
Elio Catania,
Presidente, Confindustria Digitale
Annamaria Di Ruscio,
Amministratore Delegato,
NetConsulting cube
Massimo Fedeli,
Direttore Dir. centrale per le tecnologie informatiche e della comunicazione, ISTAT
Stefano Firpo,
Direttore Generale per la politica industriale e la competitività, MISE (tbc)
Flavia Marzano,
Assessore Roma Semplice, Comune di Roma
Alessandro Musumeci,
Presidente, CDTI Roma
Paolo Paganelli,
Presidente, FIDAInform
Dario Pagani,
Executive VP & CIO, ENI
Fabrizio Rauso,
Chief Digital Officer, Sogei
Massimo Rosso,
Direttore ICT, RAI
Giuseppe Serrecchia,
Head of Digital Enabler, Enel
Emiliano Sorrenti,
Direttore ICT, Aeroporti di Roma
ed i rappresentanti di 6 Start up.

In Primo Piano

BAPALab: strumenti e competenze per un approccio data driven alle decisioni strategiche

Horsa è una società leader nel settore ICT che progetta, implementa e gestisce soluzioni IT di livello Enterprise, e da tempo un punto di riferimento per il mercato in ambito ERP, CRM e Business Analytics. Negli ultimi anni Horsa sta investendo significativamente su tecnologie innovative quali IoT, Cloud, Predictive, e-Commerce e, in particolare, Big Data.

Ne parliamo con ***Danilo Maurizio,*** *Advanced Analytics Division Manager di Horsa.*

Danilo Maurizio, Advanced Analytics Division Manager di Horsa

Quando e perché avete pensato di inserire nel portafoglio di offerta di Horsa i servizi di un Laboratorio dedicato ai dati e alla loro analisi?

L'idea nasce poco più di 2 anni fa, a settembre 2015. Il BAPALab è un asset della BU Business Analytics, e in particolare della divisione Advanced & Predictive, ed in un primo momento era stato pensato come porta d'ingresso a progettualità legate alla Scienza del Dato per quel tessuto di imprese non ancora culturalmente preparato su questi temi. A seguire è diventato un layer consulenziale per supportare le aziende nello sviluppo di una strategia sul Dato, definendo e indirizzando progetti con ROI atteso positivo.

Quali sono gli obiettivi che si propone di indirizzare il BAPALab?

Il ruolo del BAPALab all'interno di Horsa, focalizzata sulla System Integration, è di abilitare ulteriormente il valore che ruota attorno la Scienza del Dato. Il BAPALab nasce infatti con l'obiettivo di portare sul mercato creatività analitica e *pensiero laterale* funzionale all'individuazione di ambiti progettuali concreti.

Oggi il BAPALab va interpretato come un luogo all'interno del quale risorse qualificate applicano correttamente algoritmi ai dati per valorizzarne il contenuto, supportare le decisioni strategiche, indirizzare cambi di policy e (re)inventare servizi e prodotti. Inoltre, all'interno del BAPALab sono sempre presenti attività funzionali al trasferimento tecnologico e metodologico in ambito "advanced analytics", anche nei casi in cui la sola esigenza dell'azienda sia quella della selezione e messa in produzione di un algoritmo.

Quali sono gli ingredienti necessari per far sì che l'offerta del BAPALab diventi un fattore critico di successo per il mercato?

Tipicamente le resistenze che si incontrano all'interno delle aziende sono generate dall'inerzia di processi consolidati e l'apertura verso l'innovazione e il cambiamento avviene solo di fronte a ROI certi e molto elevati. Diventa quindi cruciale un forte commitment da parte dell'azienda e una visione strategica di medio periodo. Bisogna quindi attendere che le funzioni aziendali "esposte" siano in grado di decidere quando applicare questo tipo di approcci, di selezionare il Partner giusto e di valutare il ROI atteso da questi progetti.

Come funzionano i servizi offerti dal BAPALab? Che tipo di esperienza si deve aspettare il Cliente?

Il format, nella sua definizione standard, è composto da 6 pomeriggi distribuiti nell'arco di circa 3 mesi.

In fase di kick-off viene stabilito se alle giornate già previste sia necessario affiancare altre attività formative con moduli di approfondimento su diversi possibili temi: IoT, industrial IoT, retail analytics, analisi dei comportamenti di acquisto e consumo, Machine learning, ecc..

Nello stesso momento vengono anche concordati numero e caratteristiche dei partecipanti al Lab. In genere si suggerisce di selezionare le risorse in modo che siano rappresentative delle funzioni aziendali più interessate, con attitudine al data-driven decision making e in un numero complessivo non superiore a 10.

Tra il 5° e il 6° pomeriggio, i dati da utilizzare per l'esercizio di analisi concordato vengono trasferiti al nostro data center, in modo da ridurre al minimo lo sforzo tecnologico richiesto al cliente. Qualora il cliente richieda invece - per policy, per necessità o per semplice curiosità - di gestire in autonomia anche le componenti hardware e software, offriamo affiancamento e trasferimento del know-how necessario. Applichiamo un ragionevole livello di ambizione alla scelta del progetto di analisi: progetti di dimensione adatta, tipicamente intorno alle 10/15 giornate di lavoro, e non progetti che mirino a risolvere problemi che attanagliano l'azienda da lunga data. Inoltre, offriamo ai partecipanti la possibilità di approfondire come si conduce e si valuta un progetto di Advanced Analytics e la possibilità di accedere a sessioni di formazione specifica su metodi e strumenti per la Scienza del Dato.

Quali possibili casi d'uso possono essere indirizzati attraverso i servizi offerti dal BAPALab e quali le possibili evoluzioni previste?

Le metodologie utilizzate nel BAPALab possono supportare diverse funzioni aziendali e interessare trasversalmente diversi settori. Ad oggi, sono state applicate in un'ampia varietà di contesti sia settoriali che per dimensione d'impresa, ed a diversi processi e cicli aziendali: ciclo attivo, ciclo passivo, produzione.

Per fare qualche esempio di attività progettuali:

- sono state riviste le logiche promozionali con approcci di inferenza causale, per un'azienda alimentare
- è stata portata l'Intelligenza Artificiale nelle previsioni di vendita e nella stima del ciclo di vita del prodotto, in un'azienda metalmeccanica leader nella produzione di pompe è stata calcolata la propensione all'investimento di un gruppo di clienti di una banca di rilevanza internazionale

è stato messo in produzione un engine di raccomandazione per il settore Retail specializzato (drugstore) ed è stato calcolato il valore attuale e potenziale (LTV) in progetti di CRM analitico sia B2C che B2B

In futuro Horsa renderà l'offerta ancora più modulare, in modo da poter assemblare BAPALab sempre più personalizzati e capaci di rispondere alle esigenze di business espresse dal mercato con sempre maggiore convinzione.

MARKETING MANAGER

"L'ostacolo più grande è portare con sé nella corsa tutti i soggetti coinvolti"

Intervista ad Alona Mittiga, Senior Marketing Manager Italy & Event Manager di TrekkSoft

Alona Mittiga, Senior Marketing Manager Italy & Event Manager di TrekkSoft

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

Il Digitale è il pane quotidiano nel mio lavoro e mi interfaccio ogni giorno con novità legate a questo settore. Per una startup che lavora nell'ambito del Turismo è fondamentale non solo stare al passo con i tempi, ma soprattutto anticipare le nuove tendenze. Personalmente credo fortemente nella digitalizzazione del lavoro e dei processi. La parte più difficile è sensibilizzare gli operatori del Turismo verso questi cambiamenti. L'ostacolo più grande non è cavalcare l'evoluzione digitale: è portare con sé nella corsa tutti i soggetti coinvolti, e per questo è importante instaurare un rapporto di fiducia con gli operatori. Credo fermamente nella potenza del networking nel settore del Turismo. In TrekkSoft, infatti, ho sempre organizzato eventi di formazione, workshop ed eventi informali con lo scopo principale di incontrare e far incontrare direttamente gli operatori. L'evoluzione del Digitale non deve far dimenticare le vecchie e buone maniere. Le relazioni umane svolgono ancora oggi un ruolo fondamentale. Le aziende sono fatte di persone, e le persone stabiliscono relazioni prima ancora di fare business.

Come si muove la sua azienda nel Digital World?

Il Digital è il cuore pulsante di TrekkSoft. Abbiamo introdotto nel mercato italiano una grande novità: una piattaforma di gestione e vendita rivolta esclusivamente ad operatori che offrono esperienze come gite in barca, cooking class, walking tour e molto altro. La difficoltà maggiore che avevano i nostri clienti era la gestione manuale dei tour, che portava alla perdita di tantissimo tempo. In seguito ad una forte presenza sul mercato, l'azienda si è affermata su tutto il territorio italiano, diventando leader e portavoce del settore delle prenotazioni online e offline. Il software è un nostro grande orgoglio. Il nostro sistema di pagamento TrekkPay è assicurato secondo lo standard PCI-DSS (Payment Card Industry Data Security Standard), elaborato con lo scopo di uniformare le modalità di gestione della sicurezza dei dati delle carte di credito da parte del consorzio PCI. Tra le innovazioni più importanti legate ai pagamenti tramite POS, diamo inoltre la possibilità di usare card reader direttamente collegabili agli smartphone tramite la nostra mobile app e stampanti *mobile printing on the go*. In TrekkSoft ci prendiamo cura di un segmento del settore del Turismo molto particolare, quello dei tour e delle attività, che rappresentano la vera ricchezza di una destinazione moderna. Nell'ottica del Digitale, vogliamo dare la possibilità agli operatori di promo-commercializzare le proprie esperienze online tramite il proprio sito web: un passo importante per dare visibilità, a livello internazionale, del prodotto Made In Italy.

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

Il nostro software è realizzato interamente *in-house*, in linguaggio PHP. Dove appropriato, ci affidiamo a servizi esterni, nell'ottica di una crescita più rapida. L'obiettivo è di attribuire uguale priorità allo sviluppo delle nostre tecnologie per i differenti device (smartphone, tablet e computer), e per questo motivo il nostro team di sviluppatori include backender, frontender e sviluppatori in ambito mobile.

I nostri processi di sviluppo sono molto veloci e, a seconda delle dimensioni dei progetti e dei team, vengono applicate le metodologie Kanban o Scrum. Siamo focalizzati sulla rapidità di esecuzione dei progetti e sullo svolgimento di test A/B su piccoli campioni di utenti, per poter così individuare anticipatamente i difetti e di conseguenza di evitare di deludere i Clienti.

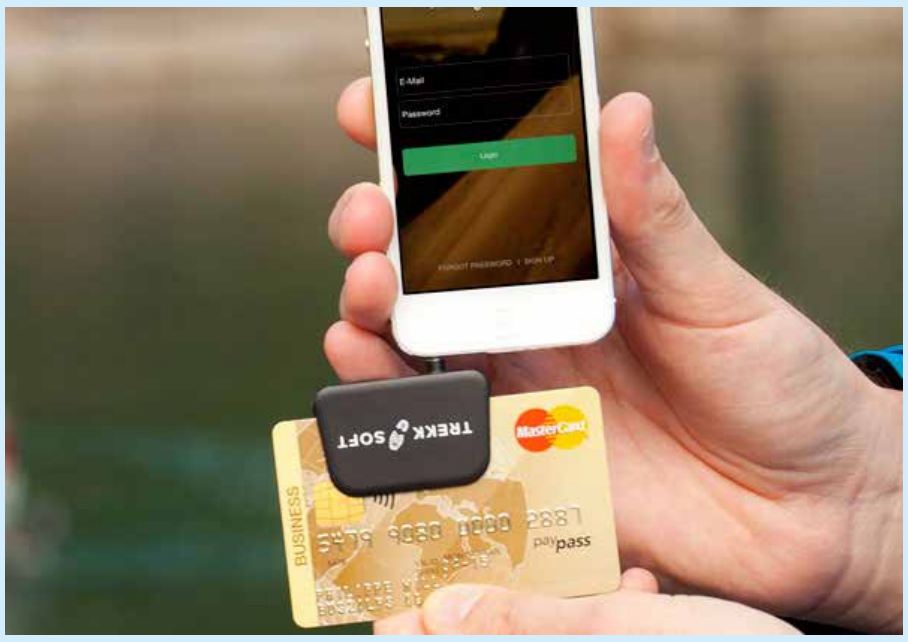
I nostri Clienti fanno registrare un aumento del 20% delle prenotazioni, grazie anche alla distribuzione delle proprie esperienze tramite le OTA. Grazie alla funzione Channel Manager, diamo infatti la possibilità di collegamento e sincronizzazione con ben 9 marketplace differenti: Viator, Expedia, Hotelbeds group, GetYourGuide, Musement, Veltra, Tourradar, Dayaway e Lastminute.ch. Con il Resource Manager è possibile eliminare il rischio di overbooking. Grazie al Partner Network, i nostri Clienti possono anche scegliere di connettersi ad altri utenti TrekkSoft per attivare la vendita incrociata delle attività senza costi aggiuntivi.

I servizi di Trekksoft

TrekkSoft è una piattaforma all in one dedicata alla gestione e la vendita di tour, esperienze ed attività. L'azienda nasce in svizzera nel 2010 ed è in piena espansione nel mercato europeo e specialmente in quello italiano.

La piattaforma di TrekkSoft offre un set completo di funzionalità necessarie alla gestione di imprese che vendono e distribuiscono esperienze come tour, visite guidate ed escursioni di vario genere. In particolare, TrekkSoft si rivolge a tour operator, guide, DMO/DMC ed uffici turistici in tutto il mondo. Il sistema di prenotazione, pagamento e noleggio di TrekkSoft permette agli operatori di creare un inventario di tour/attività e di gestirne le disponibilità da ogni device 24/7.

Con la recente apertura della nuova sede di Milano, TrekkSoft, citatat da "Business Insider" e "Forbes" come una delle startup più attive della Svizzera, conferma la propria vicinanza al mercato italiano. In seguito alla collaborazione con Bologna Welcome, Destination Florence e Destination Italia, l'obiettivo dell'azienda è diventare un punto di riferimento per le DMO, DMC, tour operator e uffici turistici in tutta la Pensiola.



AZIENDE, PRODOTTI E MERCATI

Poste Italiane: crescita del 2% ed estensione al Digitale

Matteo Del Fante, Amministratore Delegato e Direttore Generale di Poste Italiane

Matteo Del Fante, Amministratore Delegato e Direttore Generale di Poste Italiane, si è così espresso dopo l'approvazione dei risultati dei primi 9 mesi da parte del CdA: *"I risultati approvati oggi si presentano in continua crescita in termini di ricavi, raggiungendo i 26,3 miliardi di €, con un incremento del 2% sul medesimo periodo dello scorso anno. Va evidenziato inoltre che le masse gestite e amministrate superano ormai stabilmente i 500 miliardi di €, crescendo del 2,5% e assestandosi dunque ai 505 miliardi di €". In merito alla implementazione delle linee strategiche ed all'approfondimento del modello di business che verrà presentato al mercato agli inizi del 2018, ha affermato: "Per agevolare l'attuazione della nuova visione strategica, a metà ottobre abbiamo costituito una nuova divisione denominata 'Pagamenti, Mobile e Digitale' con l'obiettivo di creare – nel settore dei pagamenti – un polo d'offerta unico verso la Clientela Retail, Business e Pubblica Amministrazione, assicurando il massimo livello di sviluppo e di integrazione, valorizzando i canali di distribuzione fisici di Poste Italiane con una significativa estensione del digitale".* I prossimi mesi saranno inoltre focalizzati sul posizionamento nel comparto del **transaction e digital banking,** con particolare attenzione allo sviluppo in tema di incassi e pagamenti, assicurando il massimo livello di sviluppo e di integrazione.

Yang Yuanqing, Presidente e CEO di Lenovo

Lenovo: la strategia "a 3 ondate" fa crescere ricavi e utili

Il gruppo **Lenovo** ha annunciato i risultati finanziari **per il secondo trimestre fiscale, concluso il 30 settembre 2017**. I ricavi totali sono stati di 11,8 miliardi di dollari, in crescita del +5% anno su anno, con un incremento del +18% sul trimestre precedente; l'utile ante-imposte è cresciuto di 104 milioni di dollari sul trimestre precedente, arrivando a 35 milioni di dollari. Le condizioni di mercato rimangono sfidanti, ma Lenovo sta portando avanti con solidità la sua strategia 3-wave ("a tre ondate"); i tre settori su cui l'azienda sta puntando sono quello dei PC, il core business, cui si aggiungono Mobile e Data Center e si affiancano gli investimenti nelle soluzioni Device + Cloud e Infrastruttura + Cloud. Inoltre, Lenovo annuncia di aver finalizzato un accordo di joint venture con Fujitsu, in cui le due società uniranno le proprie risorse, facendo leva da un lato sulle capacità di Fujitsu nelle vendite a livello globale, nel supporto ai Clienti, nella Ricerca & Sviluppo e nella Produzione, e dall'altro sulla presenza e scala globale di Lenovo. *"Nell'ultimo trimestre abbiamo continuato a progredire nella trasformazione del nostro business, portando avanti la nostra strategia 'a 3 ondate'. Abbiamo mantenuto la redditività del settore nel nostro business dei PC e abbiamo superato la crescita del mercato, anno su anno"*, ha dichiarato **Yang Yuanqing, Presidente e CEO di Lenovo.**

EcoStruxure™: Innovazione a tutti i livelli

Schneider Electric, in occasione del suo Innovation Summit tenutosi a Hong Kong il 25 e 26 settembre, ha presentato EcoStruxure™ Building, una piattaforma IoT aperta e collaborativa per gli edifici intelligenti, che permette di amplificare in modo significativo la capacità di generare valore. Utilizzando le più innovative tecnologie e soluzioni digitali, EcoStruxure Building è progettata specificamente per rispondere alle esigenze di proprietari, operatori real estate, system integrator, facility manager e occupanti degli edifici. EcoStruxure Building è la più recente aggiunta apportata in EcoStruxure, l'architettura Schneider Electric abilitata dall'IoT, plug & play ed aperta, che offre soluzioni end-to-end in 6 settori – Power, IT, Building, Machine, Plant e Grid – per i quattro mercati finali Building, Data Center, Industria e Infrastrutture. EcoStruxure sta aiutando i clienti Schneider Electric di tutto il mondo nella loro Trasformazione Digitale, permettendo di essere competitivi nella Digital Economy. Grazie ad un'architettura aperta, Sviluppatori, Partner e Clienti possono interagire in sicurezza e condividere dati con SDK e API.

Schneider Electric ha effettuato un'indagine coinvolgendo oltre 2.500 decision-maker aziendali in tutto il mondo, per valutare le loro opinioni sul successo, sul futuro dell'IoT e sulle possibilità di sfruttamento immediato di questa tecnologia.

Forum italo-tedesco sull'Innovazione e sugli Investimenti a Berlino

Il 29 novembre si terrà a Berlino il Forum italo-tedesco sull'Innovazione e sugli Investimenti "***Investing in Italian Innovation: Digital Solutions and the challenge of Industry 4.0***", organizzato dall´Ambasciata d'Italia, dall'Agenzia ICE e da ITKAM, che ha Digital Voice tra i Media Partner. Oltre ad illustrare il Piano Nazionale Industria 4.0 e le strategie regionali volte a supportare l'Innovazione in Italia, l'evento presenterà le aziende innovative italiane e tedesche e i settori maggiormente interessati dalla trasformazione digitale. Rappresentanti delle istituzioni, imprese tecnologiche e investitori si confronteranno su questi temi per dare un sostanziale contributo alle future collaborazioni tra i due paesi. Per ulteriori dettagli www.ambberlino.esteri.it.

CARRIERE

Nuova nomina in casa Qualcomm Inc.

Penny Baldwin,
Senior VP e Chief Marketing Officer
di Qualcomm

Una nota stampa ha annunciato l'ingresso nella compagnia di **Penny Baldwin** con il ruolo di **Senior VP e Chief Marketing Officer.** Baldwin riporterà direttamente a **Steve Mollenkopf**, Ceo di Qualcomm Inc., e porta con sé in Qualcomm più di 35 anni di esperienza nel marketing e nel branding. La manager proviene da Intel, dove era VP e General Manager del Global Brand Management.

L'assemblea di OWL nomina Federico Protto nel CdA

Federico Protto, Amministratore
Delegato e Direttore Generale
di Retelit

Retelit annuncia la nomina di Federico Protto, Amministratore Delegato e Direttore Generale della società, nel Consiglio di Amministrazione di OWL SpA, holding che detiene la maggioranza di TAS Group e di altre società. La principale partecipazione di OWL è rappresentata da TAS, società quotata sul Mercato Telematico Azionario da maggio 2000, guidata da Dario Pardi e Valentino Bravi e specializzata in soluzioni software per la monetica, i pagamenti e i mercati finanziari e leader in Italia nei sistemi di card management, accesso alle reti di pagamento e gestione degli ordini di borsa.

Matteo Melchiorri nominato Human Capital Officer di Fastweb

Matteo Melchiorri
Human Capital Officer Fastweb

Fastweb ha nominato Matteo Melchiorri Human Capital Officer, con responsabilità dell'Organizzazione, delle attività di recruiting e di valorizzazione delle Risorse Umane, nonché delle attività relative a Facility Management e Security, dopo aver ricoperto il ruolo di Head of HR Organization & Operations dal suo ingresso in azienda nel maggio 2016. A seguito della nomina, Melchiorri entra a far parte del Management Board di Fastweb, a diretto riporto dell'Amministratore Delegato Alberto Calcagno. Nato negli Usa nel 1972, Melchiorri si è laureato in Economia presso l'Università Bocconi di Milano, sviluppando poi la sua esperienza professionale all'interno di importanti gruppi internazionali come Deutsche Bank e Microsoft, per poi proseguire in Bolton Manitoba, dove ha ricoperto l'incarico di Responsabile Risorse Umane dal 2007 al 2011. Dal 2011 al 2016 Melchiorri è stato direttore Risorse Umane di Star (Gruppo GB Foods).

Daniele Vaccarino confermato Presidente della CNA per i prossimi quattro anni

Daniele Vaccarino,
Presidente di CNA

Daniele Vaccarino è stato confermato Presidente della CNA Nazionale per il prossimo quadriennio. Imprenditore piemontese, Vaccarino è dal 1987 Amministratore di Carmec srl, azienda metalmeccanica operante nella cintura torinese. Durante il suo primo mandato ha condotto la CNA attraverso un percorso di profondo rinnovamento e di cambiamento, finalizzato a farla diventare un Sistema più omogeneo e coeso, sempre più vicino alle imprese e sempre più protagonista nelle trasformazioni del Paese.

Luca Fassero, Business Development Manager di CWS Digital Solutions

Luca Fassero dovrà orientare le sue strategie di business verso nuovi segmenti di mercato e proseguire nel percorso di sviluppo aziendale intrapreso negli ultimi anni. Fassero, torinese classe 1971, approda in CWS dal Gruppo Reply, dopo una carriera vissuta tutta nel mondo ICT, dove in precedenza aveva lavorato anche per Consoft Sistemi, e Atos Origin. Ha maturato esperienze come Unit Manager in Italia, Usa e Regno Unito, seguendo progetti nell'ambito dei mercati digitali, nel game development e nell'edutainment. In CWS il suo compito sarà sviluppare i percorsi e le reti di business in collaborazione con il Sales Director Attilio Orelli e il network di delivery, riportando direttamente al Ceo Luca Passini.

Nuovo ingresso in Evolvere, per la Digital Transformation

Il Gruppo Evolvere ha annunciato la nomina di **Filippo Falcin**, a **Marketing & Digital Manager**. L'azienda italiana, che opera nel settore dell'Energia e della Generazione distribuita, è la prima per numero di impianti fotovoltaici di piccola taglia in portfolio (oltre 10 mila) e propone un modello di sviluppo sostenibile che coniuga green e sharing economy per creare **community energetiche**, anche attraverso il meccanismo del **social lending** (o prestito tra privati).

In un contesto di grande crescita e innovazione, Falcin curerà le strategie di marketing e di prodotto, le attività di comunicazione a sostegno della brand awareness, l'innovazione del customer journey e la crescita delle acquisizioni tramite i canali digitali. Classe 1981, da sempre appassionato di web, dopo gli studi in ingegneria aerospaziale Filippo Falcin ha lavorato nel mondo Energy come responsabile digital per il Gruppo Sorgenia, occupandosi dell'evoluzione del canale sin dalle origini dell'azienda. Passato poi in agenzia con Bluedog, ha seguito lo sviluppo strategico di progetti di marketing digitale per clienti di primo piano come BMW, Mini, Axa, Casaforte e VeronaFiere.

Filippo Falcin,
Marketing & Digital Manager
di Gruppo Evolvere

Nel suo nuovo ruolo, Falcin riporterà direttamente a Gian Maria Debenedetti, Amministratore Delegato del Gruppo Evolvere.

AZIENDE, PRODOTTI E MERCATI

Hewlett Packard Enterprise presenta la sua piattaforma di in-memory computing

Hewlett Packard Enterprise ha presentato **HPE Superdome Flex**, la piattaforma di *in-memory computing* oggi più scalabile e modulare al mondo. La nuova piattaforma permette alle aziende di qualsiasi dimensione di elaborare e analizzare enormi quantità di dati per trasformarli in insight in tempo reale. Per ottenere i migliori risultati dallo *in-memory computing*, l'infrastruttura sottostante deve essere in grado di indirizzare dataset di dati di enormi dimensioni e gestire l'analytics senza rallentare le transazioni, ottenendo così insight in tempo reale. HPE Superdome Flex vanta un particolare design modulare che scala in maniera trasparente, permettendo alle aziende di mantenere il passo con l'evoluzione delle esigenze relative ai dati, e offre affidabilità senza paragoni dando vita a una piattaforma resiliente che salvaguarda i workload critici. Il server mission-critical di nuova generazione HPE Superdome Flex è già disponibile. *"I Clienti desiderano sfruttare al meglio tutti i loro dati per ottenere insight in tempo reale per prendere decisioni di business più efficaci"*, ha dichiarato Randy Meyer, VP e General Manager, Synergy & Mission Critical Servers di Hewlett Packard Enterprise. *"Con HPE Superdome Flex, i Clienti possono capitalizzare l'analisi dei dati in-memory per i loro workload più critici e scalare in maniera trasparente al crescere dei volumi di dati"*.

Marco Nespolo, Amministratore Delegato di Cerved

Rapporto Cerved PMI 2017

Cerved ha presentato, nel corso dell'incontro Osservitalia, i risultati del **Rapporto Cerved PMI 2017**, la pubblicazione annuale dedicata all'analisi dello stato di salute economico-finanziaria delle società italiane che rientrano nella definizione europea di Piccole e Medie Imprese. Quest'anno è stato presentato anche **un approfondimento dedicato ai potenziali impatti di Industria 4.0 sulle imprese**. Fra gli highlight del rapporto: cresce il numero delle PMI Italiane, che oggi sono più solide e aumentano considerevolmente gli investimenti; Industria 4.0 darà la spinta a crescita e competitività; la redditività è vicina ai valori pre-crisi, ed il R.0.E. è al 10,2%; robusto è il calo dei fallimenti (-29% nei primi 6 mesi del 2017); le nuove sofferenze saranno in ulteriore riduzione nel prossimo triennio; l'innovazione è un'opportunità per migliorare fatturato, produttività e redditività. *"Il numero di PMI è tornato a crescere e la redditività si avvicina ai livelli pre-crisi, con una ripresa che ha basi finanziarie e reddituali molto solide. Tuttavia è necessario aumentare la produttività delle nostre imprese e accelerare il ritmo di crescita, troppo indietro rispetto a quello degli altri principali paesi europei* – commenta **Marco Nespolo**, Amministratore Delegato di Cerved – *A tal fine, sarà decisivo sfruttare il potenziale di Industria 4.0: la trasformazione tecnologica dei processi produttivi implica la possibilità di automatizzare molte mansioni e, allo stesso tempo, apre nuove opportunità di creazione di posti di lavoro ad alto valore aggiunto"*.

Evoluzione strategica di BT con Amazon Web Services

Gavin Jackson, UK Managing Director di AWS, annuncia l'accordo di collaborazione

L'annuncio è di uno sviluppo ulteriore della collaborazione tra AWS e BT, che si concentra su Networking, Sicurezza e servizi Cloud gestiti, contribuendo così a trasformare la scala di consumo e utilizzo di AWS da parte dei Clienti Enterprise e consentire loro di accelerare l'adozione del Cloud. E' previsto inoltre il lancio di nuove iniziative rivolte ai Clienti, come la *hybrid cloud landing zone* di BT, oltre che di attività di Ricerca e Innovazione in tema di evoluzione dei servizi di rete e un approccio integrato alla sicurezza nel Cloud.

La *hybrid cloud landing zone* di BT è una proposta di mercato che comprende un insieme integrato di strumenti e modelli per dare vita a soluzioni Cloud. Sarà costituita da progetti pronti all'uso per l'implementazione del Cloud Ibrido secondo le best practice, in diverse aree geografiche e diversi ambienti Cloud, in particolare AWS. E' stata progettata per aiutare i Clienti a gestire la complessità di ambienti Cloud Ibridi multipli, definire la rete virtuale tra più aree geografiche e mantenere i più alti livelli di sicurezza in ambienti Hybrid Cloud di grandi dimensioni.

Inoltre, BT investirà ulteriormente sui servizi professionali per guidare i Clienti nel loro percorso di Trasformazione Digitale e nell'adozione di 'reti future', Cloud Ibrido e servizi AWS.

Il Gruppo Aruba alla Joomla! World Conference 2017

È l'appuntamento annuale rivolto agli utenti del pluripremiato CMS Joomla, dal 17 al 19 novembre presso lo Sheraton Roma Hotel & Conference Center. Aruba contribuisce all'evento con la divisione **Aruba Business**, nata appositamente per supportare i Business Partner nel mercato dell'IT, per presentare le proprie novità in ambito Cloud, Hosting e server dedicati, insieme ad un Partner d'eccezione: **Plesk**, l'azienda dell'innovativo e famoso pannello di hosting per Windows e Linux che consente di gestire con semplicità e automatizzare ogni funzione legata ai servizi di hosting. La collaborazione tra Aruba e Plesk è attiva ormai da anni: il pannello Plesk è integrato in tutte le soluzioni di hosting di Aruba Business attraverso la tecnologia SSO (single sign-on) e prevede il supporto di un'ampia gamma di sistemi operativi e piattaforme di sviluppo, compatibilità con i CMS più comuni - tra cui ovviamente Joomla - supporto multilingue e personalizzazione del pannello dell'utente finale.

PERSONAL STYLE

Niken: la moto-triciclo innovativa

Yamaha ha presentato al Tokyo Motor Show un triciclo innovativo, Niken. Sembra una moto ma poi ci si accorge che davanti ci sono due ruote . Grazie alla tecnologia Leaning Multi-Wheeler (LMW), le due ruote si piegano parallelamente, non appena si sposta il peso. Motore tricilindrico, 4 tempi, raffreddato a liquido.

Jaguar XE: un nuovo concetto di berlina sportiva

La berlina sportiva più avanzata, efficiente e raffinata mai prodotta da Jaguar. Con il suo look deciso e l'agilità di guida, XE è una Jaguar al primo sguardo. Con un coefficiente di resistenza di soli 0,27 CD, XE fende l'aria per una guida ancora più raffinata ed efficiente. La gamma di motori si adatta a ogni stile di guida: dal dinamismo del V6 Supercharged in grado di raggiungere velocità di 250 km/h, all'efficienza di motori con emissioni di CO2 di soli 106 g/km.

La nuova Ultra Dash Camera di YI Technology

Ha una risoluzione di 2.7 K, un obiettivo grandangolare da 140° e un sensore di gravità a tre assi MEMS che la attiva automaticamente per registrare eventuali incidenti; inoltre, grazie al Wide Dynamic Range (WDR), è in grado di generare filmati di buona qualità anche in condizioni di scarsa illuminazione. YI Ultra Dash Camera è acquistabile su Amazon Italia ad un prezzo di 104,99 €.

Una combinazione perfetta

FUJITSU Server PRIMERGY
e Windows Server 2016

FUJITSU

Microsoft

Windows Server: Power your business

Iperconvergenza, qualità e affidabilità:
i Server PRIMERGY e Windows Server 2016
sono la perfetta combinazione per vincere
le sfide del futuro. Cosa stai aspettando?

Info:

www.fujitsu.com/windowsserver2016
Numero verde: 800 466 820
customerinfo.point@ts.fujitsu.com
blog.it.fujitsu.com

© 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. Le denominazioni possono essere marchi e / o diritti d'autore del rispettivo produttore, e il loro utilizzo da parte di terzi per scopi propri può violare i diritti di detto proprietario.

shaping tomorrow with you