

DIGITAL VOICE

La gazzetta della business innovation

Anno VIII n. 2 - 2023

TELEFONIA IP



a pag. 5

FOOD & TECH

a pag. 10



IN QUESTO NUMERO

- PRIMO PIANO
- TELEFONIA IP
- FOOD & TECH
- AUTOMAZIONE
E ROBOTICA
- AZIENDE &
MERCATI
- PERSONAL STYLE

Cliccando sull'icona  oppure sul **testo evidenziato** si accede direttamente ai contenuti.

DIGITAL VOICE - digital edition interactive PDF





Greenwashing: nuove norme per l'etichettatura, la durabilità dei prodotti e le dichiarazioni ingannevoli



dell'ambiente e incoraggiare le aziende a offrire loro prodotti più durevoli e sostenibili.

Divieto di pubblicità ingannevole e dichiarazioni ambientali generiche

Il mandato negoziale approvato dal Parlamento prevede di vietare l'uso di indicazioni ambientali generiche come "rispettoso dell'ambiente", "naturale", "biodegradabile", "neutrale dal punto di vista climatico" o "ecologico" se non sono accompagnate da prove dettagliate. Mira inoltre a vietare le dichiarazioni ambientali basate esclusivamente su sistemi di compensazione delle emissioni di carbonio. Saranno vietate anche altre pratiche ingannevoli come fare dichiarazioni sull'intero prodotto se la dichiarazione è vera solo per una parte di esso, o affermare che un prodotto durerà un certo periodo di tempo o potrà essere utilizzato con un determinato livello di intensità se ciò non è vero.

Per semplificare le informazioni sui prodotti, i deputati prevedono di autorizzare solo etichette di sostenibilità basate su sistemi di certificazione ufficiali o stabiliti da autorità pubbliche.

Lotta contro l'obsolescenza precoce

Per aumentare la durata dei prodotti, il Parlamento vuole vietare l'introduzione di caratteristiche di progettazione che limitino la durata di un prodotto o che ne causino il malfunzionamento prematuro. Inoltre i produttori non dovrebbero essere autorizzati a limitare le funzionalità

di un prodotto quando questo viene utilizzato con materiali di consumo, parti di ricambio o accessori (ad esempio caricabatterie o cartucce d'inchiostro) prodotti da altre aziende.

Per aiutare le persone a scegliere prodotti più duraturi e riparabili, gli acquirenti dovrebbero essere informati di eventuali limiti alla riparazione prima dell'acquisto. I deputati propongono inoltre un nuovo marchio di garanzia che indichi non solo la durata della copertura richiesta per legge, ma anche la durata di eventuali estensioni della garanzia offerte dai produttori. Ciò per mettere in evidenza i prodotti di qualità e motivare le aziende a concentrarsi di più sulla durabilità.

Dopo la votazione, la relatrice Bjljana Borzan (S&D, HR) ha dichiarato: *"Il settore non potrà più guadagnare producendo beni di consumo che si rompono a garanzia appena scaduta. I consumatori dovranno essere informati in modo chiaro delle opzioni e dei costi di riparazione. Le etichette dei prodotti informeranno i cittadini sui prodotti con una garanzia di durata maggiore e i fabbricanti con i prodotti più durevoli ne beneficeranno. La giungla delle false dichiarazioni ambientali finirà, poiché saranno consentite solo le dichiarazioni ecologiche certificate e comprovate".*

Il Parlamento Europeo vuole aiutare i consumatori a scegliere prodotti ecologici e le aziende a offrire prodotti più duraturi

I deputati del Parlamento Europeo hanno approvato la propria posizione su nuove norme per migliorare l'etichettatura e la durabilità dei prodotti e porre fine alle dichiarazioni ingannevoli.

Con 544 voti favorevoli, 18 contrari e 17 astensioni, la plenaria ha approvato la propria posizione negoziale su una [nuova proposta di direttiva sulla responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde](#). L'obiettivo principale è di aiutare i consumatori a fare scelte rispettose



DrayTek

il Partner affidabile
per le tue soluzioni di Networking



Nuove norme di trasparenza fiscale per tutti i prestatori di servizi che agevolano le transazioni in cripto-attività



La Commissione europea accoglie con favore l'accordo politico ("orientamento generale") raggiunto dai ministri delle Finanze dell'UE sulle nuove norme in materia di trasparenza fiscale per tutti i prestatori di servizi che agevolano le transazioni in cripto-attività per i clienti residenti nell'UE.

Una tassazione equa ed efficace è fondamentale per garantire entrate per gli investimenti e i servizi pubblici e nel contempo pone le basi per un

contesto imprenditoriale in cui l'innovazione possa prosperare.

La direttiva migliorerà la capacità degli Stati membri di individuare e contrastare la frode, l'evasione e l'elusione fiscali, imponendo a tutti i prestatori di servizi per le cripto-attività stabiliti nell'UE, indipendentemente dalle loro dimensioni, di comunicare le operazioni di clienti residenti nell'Unione. Inoltre l'ambito di applicazione della direttiva aggiornata è stato esteso agli obblighi di segnalazione degli istituti finanziari per quanto riguarda la moneta elettronica e le valute digitali della banca centrale e allo scambio automatico di informazioni sui ruling preventivi transfrontalieri utilizzati dalle persone fisiche.

I nuovi obblighi di segnalazione relativi alle cripto-attività, alla moneta elettronica e alle valute

digitali della banca centrale entreranno in vigore il 1° gennaio 2026. L'adozione definitiva delle nuove norme sarà possibile dal momento in cui sarà disponibile il parere consultivo del Parlamento europeo.

Paolo Gentiloni (NELLA FOTO), commissario per l'Economia afferma "L'accordo odierno è una buona notizia per la trasparenza fiscale in un mondo finanziario che evolve a grande velocità. L'anonimato permette a molti utenti di cripto-attività che realizzano profitti significativi di sfuggire ai controlli delle autorità fiscali nazionali, una situazione chiaramente inaccettabile. Una volta entrata in vigore la direttiva, gli Stati membri disporranno delle informazioni di cui hanno bisogno per garantire che siano pagate imposte sugli utili realizzati nella negoziazione o nell'investimento in cripto-attività."

DIGITAL VOICE

La gazetta della business innovation

Direttore Editoriale
Daniela Costamagna

Direttore Responsabile
Nello Meli

Comunicati stampa
redazione@digitalvoice.it

Segreteria
Emma Viarengo
segreteria@digitalvoice.it

Corrispondenti:
Genova, Milano, Padova, Roma, Torino,
Barcellona, Bruxelles, Parigi

Gestione advertising
M-IMAGE
Direzione Commerciale
Daniela Costamagna

Stampa
Digitale

Pubblicazione mensile
(10 numeri annui)

Amministrazione, Gestione
amministrazione@digitalvoice.it

Impaginazione e grafica
M-Image

Distribuzione
Digitale

Digital Voice

Testata d'informazione registrata
al Trib. di Torino autorizzazione 3/2016

Tutti i diritti riservati

Testata online:
www.digitalvoice.it

Tutti i numeri di Digital Voice
da maggio 2016 ad oggi sono
visibili e scaricabili
sul sito www.digitalvoice.it
nella sezione ALTRO pagina Archivio

Questo numero è stato chiuso
il 20 Giugno 2023



La digitalizzazione delle imprese nell'Unione europea: progressi, sfide e opportunità future



La crisi COVID-19 ha provocato un'impennata negli sforzi di digitalizzazione delle imprese dell'UE. Secondo un nuovo rapporto, Digitalisation in Europe 2022-2023: Evidence from the BEI Investment Survey, più della metà (53%) delle imprese dell'UE ha adottato misure nel 2022 per migliorare la propria presenza digitale, come l'offerta di servizi online. L'Unione Europea ha anche ridotto il divario con gli Stati Uniti nell'adozione di tecnologie digitali avanzate. Nel 2022, il 69% delle imprese dell'UE ha implementato tecnologie digitali avanzate, come la robotica avanzata, l'analisi dei big data e l'intelligenza artificiale, rispetto al 71% delle imprese statunitensi. Il divario si è costantemente ridotto negli ultimi quattro anni.

Solo il 30% delle microimprese nell'Unione europea ha dato priorità alla digitalizzazione, rispetto al 62% delle grandi imprese.

“L'infrastruttura digitale, compreso l'accesso a Internet ad alta velocità, gli ambienti innovativi e la disponibilità di lavoratori qualificati svolgono un ruolo cruciale nel promuovere la digitalizzazione. Le regioni con una migliore infrastruttura digitale testimoniano maggiori ritorni sugli investimenti digitali e una maggiore presenza di imprese digitali. Abbracciando la trasformazione digitale in modo olistico, l'Unione europea può costruire un futuro prospero e sostenibile”, ha affermato il Vicepresidente della BEI Ricardo Mourinho Félix (NELLA FOTO).

Nonostante i progressi, persistono notevoli disparità nelle infrastrutture digitali tra le regioni dell'UE, con il 14% delle imprese che vede l'accesso limitato all'infrastruttura digitale come un grave ostacolo agli investimenti. Inoltre, gli sforzi di digitalizzazione delle imprese dipendono fortemente dalla disponibilità di lavoratori con competenze digitali. Le regioni in cui i lavoratori hanno competenze digitali

superiori alla media tendono a implementare tecnologie digitali avanzate e le imprese di queste regioni hanno investito di più nella digitalizzazione durante la crisi del COVID-19. Pertanto, è essenziale che le regioni migliorino i sistemi di istruzione e formazione per migliorare continuamente le competenze dei lavoratori e fornire opportunità di apprendimento online per colmare il divario digitale.

Anche l'ambiente in cui operano le imprese influenza gli sforzi di digitalizzazione. Le imprese in ambienti altamente innovativi dal punto di vista digitale erano più propense a investire nella digitalizzazione come risposta alla pandemia. Anche il commercio svolge un ruolo fondamentale nella digitalizzazione, poiché le imprese impegnate nel commercio internazionale adottano più frequentemente tecnologie digitali avanzate.

Le imprese digitalmente avanzate sono anche più propense a investire in misure per il cambiamento climatico: il 57% di queste imprese ha già investito in tali misure rispetto al 43% delle imprese non digitali. L'indagine del gruppo BEI sugli investimenti e sul finanziamento degli investimenti (EIBIS) è un'indagine annuale unica che coinvolge circa 12 800 imprese. Comprende aziende di tutti gli Stati membri dell'UE, nonché un campione di aziende statunitensi che funge da parametro di riferimento. Raccoglie dati sulle caratteristiche e le prestazioni delle imprese, attività di investimento passate e piani futuri, fonti di finanziamento, problemi di finanziamento e altre sfide.



Le grandi corporation utilizzano sempre più spesso la telefonia IP

La telefonia è diventata importante nella comunicazione odierna avendo sviluppato sempre più tecnologie evolute, per ultima la fibra che sta sostituendo le vecchie prese tripolari. Parlando di reti VoIP (VOIP, acronimo di Voice Over Internet Protocol, ovvero **voce attraverso internet**) possiamo affermare che al momento le installazioni in abitazioni civili sono poche mentre le grandi *corporation* utilizzano sempre più spesso la telefonia IP, realizzando reti telefoniche dedicate per collegare fra di loro le proprie sedi, previa conversione a valle delle stazioni di commutazione dei normali segnali analogici in entrata in pacchetti IP, e viceversa per le comunicazioni in uscita. In questo modo, di fatto, realizzano una rete digitale interna al gruppo, che si presta molto bene ad essere modificata e adattata per fornire i più disparati tipi di servizi. Ciò si basa anche su una tecnologia emergente, denominata "*data abstraction*", mediante la quale dall'analisi dei dati trasmessi su una linea, è possibile dedurre le caratteristiche del dispositivo che ha stabilito la comunicazione (ad esempio il tipo di display, i pulsanti di comando, ecc.) e di configurare i servizi messi a disposizione in funzione di queste caratteristiche. I centri di assistenza telefonica delle grandi compagnie spesso usano la telefonia IP proprio per sfruttare le possibilità offerte da questa nuova tecnologia. Un altro vantaggio deriva dal poter unificare la tipologia di connessione e di utilizzare in modo ottimale la larghezza di

banda disponibile. VoIP inoltre è correntemente usato negli USA per instradare traffico *da e per* telefoni dalla rete nazionale PSTN (*Public Switched Telephone Network*).

L'utilizzo del VoIP consente una tariffazione delle chiamate che è indipendente dalla durata (tariffa Internet flat) e, se il destinatario è un computer, anche dal luogo chiamato (locale o internazionale). Costituisce dunque un consistente risparmio per le utenze e per le stesse compagnie telefoniche quando devono impegnare (e pagare) reti proprietarie di altri gestori. VoIP è anche largamente utilizzato dalle compagnie telefoniche, specialmente nei collegamenti internazionali. Per gli utenti questo utilizzo è completamente *trasparente*, nel senso che non si accorgono che le loro chiamate sono instradate su una rete IP anziché passare attraverso le normali centrali di commutazione.

Alcune compagnie offrono un gateway (letteralmente *via d'uscita*) per connettere una rete VoIP alla normale rete commutata. Se si compone un normale numero telefonico, la chiamata viene instradata attraverso la connessione internet alla compagnia che gestisce il gateway, che provvederà ad effettuare il normale addebito del relativo costo. A volte le compagnie telefoniche sono anche proprietarie dirette del gateway, ed in questo modo realizzano un ulteriore risparmio.

In sintesi

Il VoIP, sfrutta la connessione a Internet per effettuare le chiamate e non più la linea telefonica tradizionale.

Le telefonate VoIP sono quindi di tipo digitale: la voce, che è un segnale analogico, viene convertita in dati digitali per essere poi trasmessa dal modem fino al destinatario.

Tutto passa dalla rete Internet. Possibilità di usare tecnologie Cloud. Con il VoIP il centralino può spostarsi in Cloud. Digitalizzando il tutto meno costi di gestione.





Come capire se è ora di sostituire il telefono IP aziendale

Nessuno lavorerebbe con un PC di oltre quindici anni fa, ma molti utilizzano telefoni IP altrettanto datati in azienda. Alcuni indicatori segnalano quando sarebbe opportuno svecchiare il parco installato.



Poter affermare che terminali IP prodotti oltre quindici anni fa, come i telefoni Snom 300, sono ancora in uso presso decine di migliaia di aziende è un vero record nell'industria della telefonia IP. Il noto pioniere berlinese del VoIP punta da sempre sulla qualità dei materiali e la solidità delle tecnologie che immette sul mercato e fa della longevità dei propri terminali un marchio di fabbrica. Alla luce della rapida obsolescenza di smartphone, notebook e PC, datati già dopo due o tre anni, il ciclo di vita dei terminali IP di Snom ne fa veri diamanti dell'informatica. Ma, a differenza di un diamante, il telefono aziendale, per quanto apparentemente indistruttibile, non è per sempre. Con l'avvento di nuove piattaforme UCC ben più versatili di sistemi telefonici risalenti agli albori del VoIP e a fronte delle crescenti esigenze di flessibilità dettate dall'instaurarsi di **nuovi modelli lavorativi**, giunge il momento in cui è necessario dotarsi di terminali di nuova generazione. Snom Technology, marchio premium

della telefonia IP per aziende e industria ne rivela i tre primari indizi.

1. Lavoreresti con un PC di oltre quindici anni fa?

Una scheda madre, un chipset, una memoria e una RAM, un display LCD, un sistema operativo con interfaccia web, componenti hardware per la connessione alla rete aziendale (Fast ethernet ndr.), un tastierino e un jack per headset cablati. Tutte componenti che, insieme alla cornetta, costituivano già oltre 15 anni fa la stragrande maggioranza dei telefoni IP. Piccoli computer in miniatura in uno chassis di materiale plastico, preposti a compiti semplici: ricevere e condurre telefonate, leggere a display il numero selezionato o indicazioni sul numero chiamante e le opzioni del menu del telefono stesso. Ma ai moderni telefoni IP si chiede molto di più.

- Nuove funzionalità = maggior flessibilità

In oltre un decennio la tecnologia ha fatto passi da gigante in termini di hardware e software. I terminali con chipset datati e una RAM ridotta non sono in grado di gestire i nuovi firmware, pensati per componenti più potenti e diverse opzioni di connettività alla rete e alle nuove soluzioni UCC. È un po' come voler installare applicazioni a 64 bit su un PC da 32 o volerlo integrare in una complessa architettura di rete con protocolli e directory incomprensibili perché molto più avanzate. Oltre a dotare i terminali IP di nuove funzionalità i nuovi firmware chiudono peraltro eventuali vulnerabilità. Un punto che merita osservazioni specifiche.

(segue a pag. 7)





(segue da pag.6)

- Sicurezza

Sempre sfruttando il parallelismo con i PC pensiamo a sistemi con Windows XP, non più aggiornabili, con tutte le conseguenze lato sicurezza che ne derivano. Anche i telefoni IP non più aggiornabili presentano la stessa problematica. Con il passare del tempo risulterà più facile abusare di un telefono IP datato per procurarsi accesso illecito alla rete. Se anche il vecchio terminale IP venisse impiegato per la mera conduzione di telefonate, il punto "sicurezza" dovrebbe far suonare qualche campanello d'allarme.

1. Interoperabilità

L'utente percepisce la qualità e versatilità della soluzione UCC adottata in azienda attraverso il telefono IP (cordless o cablato) che ha sul tavolo. Per questo motivo Snom in primis e gli ormai numerosi produttori di soluzioni VoIP come gli stessi operatori cercano di garantire la massima interoperabilità tra la terminalistica e la centrale telefonica. Numerosissime ormai le funzioni di collaboration e office automation che vanno ben al di là della mera telefonia e che vengono erogate tramite i moderni telefoni. E che dire delle nuove modalità di configurazione automatica e gestione remota dei terminali IP attraverso il centralino? Si tratta di caratteristiche fruibili a seconda del livello di interoperabilità tra il telefono IP e la piattaforma per la telefonia e che fanno indubbiamente la differenza

tra un'implementazione in stile patchwork realizzata con i debiti compromessi e un deployment rapidissimo di un ampio numero di terminali (per fare un esempio: una delle installazioni realizzate in Italia presso una nota università contempla oltre 11.000 telefoni Snom), inclusa manutenzione remota post installazione.

Se ci si vuole dotare di una moderna soluzione UCC, magari ospitata nel cloud, forse è ora di dire addio al vecchio telefono.

2. Design

Se confrontiamo i telefoni IP di un decennio fa con i loro successori di nuova generazione la differenza lato design è abissale. Certo, l'aspetto del terminale non è un criterio essenziale di scelta, se non in ambienti particolarmente attenti allo stile degli arredi e degli accessori. Ma che impressione darebbe un telefono visibilmente obsoleto in una camera di un cinque stelle lusso o negli uffici dirigenziali di grandi corporations? Per quanto sia vero che l'abito non fa il monaco, anche l'occhio, oltre che la tecnologia, vuole la sua parte, ma non solo. I moderni terminali interagiscono con l'ambiente che li circonda grazie a sensori di luminosità e movimento. Cosa irrealizzabile con i vecchi telefoni IP. E siamo onesti, le etichette di carta scritte a matita per identificare i tasti funzione hanno fatto il loro tempo! E' giunta l'era dei display a colori ad alta leggibilità.





L'evolvere della comunicazione aziendale: il dominio del Cloud e le soluzioni integrate di NFON

Trasformare l'ambiente di lavoro con l'efficienza del Cloud PBX: le soluzioni di comunicazione aziendale integrata di NFON



La **comunicazione aziendale** ha subito una radicale trasformazione negli ultimi anni grazie alla diffusione dello **smart working**. In questo contesto, il predominio del **cloud** è indiscutibile. Un alto numero di aziende ha infatti già abbandonato i convenzionali sistemi telefonici **PBX** (centralini tradizionali), optando invece per servizi di telefonia aziendale completamente basati su cloud.

Questa scelta consente agli utenti di lavorare con maggiore efficienza da remoto, incrementando la produttività del **servizio clienti** e garantendo la sopravvivenza in un mercato sempre più competitivo. Uno dei vantaggi cruciali offerti dal cloud, infatti, è la capacità di adattarsi al cambiamento: grazie agli aggiornamenti automatici, l'infrastruttura cloud è costantemente allineata alle più recenti tecnologie, assicurando così una solida base di supporto per le esigenze in continua evoluzione delle imprese Europee. **NFON**, provider leader Europeo di soluzioni di comunicazione aziendale in cloud (Cloud PBX), si dedica interamente a questo: l'azienda, con sede a Monaco di Baviera, sviluppa tecnologie di comunicazione in cloud pensate per offrire maggiore flessibilità alle imprese, grazie alla scalabilità dei suoi servizi e alla totale assenza di vincoli contrattuali o penali di uscita per il cliente. Tra le soluzioni NFON spicca **Cloudya**, il principale servizio di comunicazione aziendale offerto dall'azienda tedesca: un servizio che comprende funzionalità di telefonia aziendale avanzate, su misura per ogni esigenza, e che consente agli utenti di essere raggiungibili ovunque e su qualsiasi dispositivo (PC, smartphone, tablet o telefoni fissi).

Ma, come racconta **Paolo Fortuna (NELLA FOTO)**, Managing Director NFON Italy, France & Iberia *“Il maggior utilizzo dei servizi di comunicazione in cloud è dovuto non solo alla necessità delle aziende di garantire efficienza operativa anche quando non è possibile recarsi fisicamente sul luogo di lavoro, ma anche a tutti gli altri vantaggi che comporta, come maggior sicurezza, risparmio di costi, flessibilità, scalabilità, integrazione con altri sistemi aziendali.”*



(segue da pag.8)

La soluzione Cloudya offre, infatti, già al suo interno uno strumento di **video-conferenza e screensharing** (Cloudya Meet&Share) per permettere ai dipendenti di avere un unico tool per la telefonia e la video-collaboration e la possibilità di integrarsi nativamente con strumenti aziendali, come CRM e ERP, in modo facile, intuitivo e senza la necessità di installare server, grazie alla soluzione **CRM Connect** e alle altre soluzioni pensate con questo scopo, come **l'Integrazione NFON per Microsoft Teams**.

Quest'ultima consente di usare i propri numeri aziendali all'interno dell'ambiente Microsoft, rendendo i servizi accessibili da ogni luogo e ogni device. In altre parole, abilita una collaborazione più efficace, un risparmio dal punto di vista economico e un più alto livello di produttività.

In più, per chi gestisce un contact center interno all'azienda, NFON ha sviluppato **Contact Center Hub**: una soluzione in grado di riunire **tutti i canali di contatto più utilizzati** nel customer service (telefono, email, Whatsapp, Facebook Messenger, Chatbot, SMS e molto altro) in **un'unica interfaccia**, con funzionalità avanzate di reporting, automation e intelligenza artificiale.

È importante sottolineare che tutte le soluzioni offerte da NFON sono completamente basate su cloud e caratterizzate da un elevato grado di **personalizzazione**: una combinazione di fattori che rappresenta un valido supporto per tutte le aziende alla ricerca di soluzioni innovative per affrontare le sfide del futuro con successo.

Per maggiori informazioni: nfonitalia.it

DAL 2016



IL MONDO
POGGIA TUTTO SUL
DIGITALE, DIGITAL
VOICE GUARDA AL
MONDO, NON
SOLO AL DIGITALE

WWW.DIGITALVOICE.IT



Innovazione e digitale nel food: maggiore efficienza e produttività, più trasparenza



Il settore dell'Agrifood contribuisce in modo significativo all'economia italiana, con un apporto che si è consolidato negli ultimi anni: nel 2019 ha generato nel complesso il 4,1% del valore aggiunto nazionale, di cui il 2,2% nel settore primario e l'1,9% nell'industria alimentare.

Senza contare che l'Italia è primo Paese in Europa per valore aggiunto e terzo per valore della produzione, che per agricoltura, silvicoltura e pesca è pari a 61,6 miliardi di Euro. Deloitte nella sua pubblicazione "Future of Food" si propone di analizzare il futuro del settore. Deloitte identifica quattro filoni principali che caratterizzano il Future of Food: la nutrizione personalizzata, la produzione e i consumi sostenibili, il paradigma di Industria 4.0 e gli ecosistemi, con le loro nuove forme di collaborazione.

Andando ad analizzare le tecnologie che sono sempre più presenti nell'industria del food, andiamo a vedere come Deloitte analizza nella sua pubblicazione questo cambiamento dove le tecnologie digitali stanno

trasformando il modo in cui le aziende progettano, producono e distribuiscono i propri prodotti. È in questo contesto che prende forma il paradigma di Industria 4.0, che estende ed incorpora il digitale al mondo fisico, favorendo la trasformazione di imprese e interi settori. Grazie a tecnologie quali l'Internet of Things (IoT), gli analytics e l'intelligenza artificiale, la manifattura additiva o la robotica, il paradigma di Industria 4.0 consente alle organizzazioni di raccogliere e analizzare informazioni provenienti da diverse fonti, fisiche e digitali; in altre parole, queste soluzioni avanzate consentono di creare un ciclo continuo e connesso tra mondo fisico e digitale, che Deloitte definisce physical-digital-physical loop.

Tale flusso abilita l'accesso in tempo reale ad informazioni, che permettono a loro volta alle aziende di operare in modo più efficiente e di generare nuovo valore per il proprio business e i

propri clienti. Da uno studio condotto da Deloitte a livello globale³⁴ emerge come molte

aziende abbiano già implementato alcune fasi del loop: d'altronde, ciò che realmente costituisce l'essenza del paradigma di Industria 4.0 è la capacità di unire tutte le parti di questo ciclo, di creare un collegamento con il mondo digitale e di tornare poi a quello fisico, dalle tecnologie connesse e digitali all'azione nel mondo materiale. Industria 4.0 può creare opportunità lungo l'intera catena del valore, generando un impatto significativo nel modo di operare e di interagire con domanda e consumatori.

La rivoluzione in chiave 4.0 sta riguardando anche il settore dell'agroalimentare, a cui contribuisce non solo portando efficienza e innovazione in ogni singola fase della sua catena di fornitura, ma anche consentendo nuove modalità di interazione e di valorizzazione del sistema nel suo complesso; il digitale inoltre porta all'interno del settore nuovi strumenti di trasparenza, che consentono di diffondere informazioni e conoscenza su prodotti, processi e mercati ai diversi attori coinvolti.





Accompagnare le imprese del food & beverage nel mondo dell'innovazione digitale

Questa la sfida da cui è nata la **Digital Academy** del consorzio **Italia del Gusto e Making Science**, società internazionale che conta tre sedi anche nel nostro Paese. Un'iniziativa organizzata anche grazie alla collaborazione con Google.

La proposta, che ha preso il via l'1 giugno prevede altri due appuntamenti a fine giugno e in settembre, è occasione per fare il punto sulle nuove sfide che, in ambito tech e digital marketing, percorrono un comparto in profonda evoluzione: un programma che tiene insieme voci di esperti e presentazioni di casi aziendali, disegnato dal Consorzio che raccoglie 28 aziende e 35 categorie merceologiche, fra i più grandi brand del settore alimentare per un fatturato aggregato di oltre 25 miliardi di euro, in collaborazione con Google e il Google partner Making Science, sponsor dell'evento.

Molti i temi che verranno approfonditi nel corso della Digital Academy, insieme a quello delle

strategie **omnichannel**, con le esperienze più avanzate per la gestione in modo integrato, anche attraverso strumenti basati sull'intelligenza artificiale, di tutti i punti di contatto tra azienda e cliente, senza barriere tra online e offline..



«Durante le tre giornate di formazione - spiega **Victor Vassallo (NELLA FOTO)**, managing director di Making Science Italia - ci misureremo con temi e strumenti diversi per comprendere come estrarre valore dai dati e sfruttare appieno il loro potenziale. Solo per fare un esempio, in un momento in cui il consumatore è sempre più informato, selettivo e

attento ad aspetti come la **sostenibilità e l'origine dei prodotti**, una strategia avanzata del dato può aiutare a definire non solo le scelte commerciali e di marketing, ma anche lo sviluppo di nuovi prodotti e più in generale le strategie di business dell'azienda».

«L'agroalimentare italiano gode di un'indiscussa vocazione alla qualità, -sostiene **Alberto Volpe**, direttore generale Italia del Gusto - sia per la selezione delle materie prime sia per la trasformazione delle stesse: questo il marchio distintivo delle nostre aziende associate. Puntare sulla qualità richiede l'attivazione di una serie di funzioni aziendali mirate all'individuazione del target di mercato, alla scelta dei canali commerciali, a una precisa scelta di comunicazione. Poter contare su specialisti di analisi dei dati significa trovare un partner in grado di accompagnare le aziende nella digitalizzazione dell'intera catena del valore».

FOOD RETAIL, IN ITALIA IL SETTORE VALE 82 MILIARDI SEMPRE PIÙ CONSUMATORI CERCANO INNOVAZIONI

Uno sguardo al futuro del food retail, un futuro che passa necessariamente attraverso l'innovazione tecnologica. «**Food Retail & Tech: Insights for the Future**» è un evento organizzato **Appetite for Disruption**, il think tank fondato da **Cris Nulli** che crea opportunità di crescita per il settore facendo incontrare brand affermati, giovani realtà innovative e investitori. Lo fa con l'appuntamento del **28 giugno a Milano**, organizzato a **Palazzo Castiglioni**, sede di **Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza**, in partnership anche con la Federazione italiana pubblici esercizi (Fipe). Tra le realtà ospiti il fondo d'investimento israeliano-statunitense **Arieli** e brand di rilievo del panorama italiano come **Pescaria** e **La Piadineria**



Un impianto per il confezionamento di alimenti utilizza un cobot di ABB per massimizzare la produzione



Un impianto di confezionamento alimentare in Vietnam utilizza il cobot GoFa™ di ABB per soddisfare la domanda crescente di anacardi, proteggere i lavoratori e impiegare meglio il tempo e le competenze dei propri addetti. Nella fabbrica Dan D Pak nella provincia di Binh Duong, il cobot GoFa di ABB inserisce i pacchetti di anacardi nelle scatole di cartone, lavorando senza sosta per soddisfare la domanda crescente di questo prodotto da clienti in tutto il mondo. Uno dei motivi per cui l'azienda cercava una soluzione di automazione robotica era proteggere la salute e la sicurezza del personale. Come spiega **Dan On**, il titolare di Dan D Pak, *"i robot assicurano una precisione costante per centinaia di pacchetti di anacardi. Ogni pila è composta da 70 confezioni e pesa 11 kg. Se un addetto dovesse comporre questa struttura strato dopo strato, non potrebbe farlo con altrettanta precisione. Si tratta di un lavoro a ritmi intensi per lunghi periodi di tempo, oltre al rischio di lesioni."*

L'azienda ha puntato sull'automazione anche perché i costi della manodopera in Vietnam continuano ad aumentare. *"La pandemia ha dimostrato che l'automazione è l'unica via se si*

vuole sostenere la produttività ed essere competitivi," afferma Dan.

L'azienda asiatica si è rivolta ad ABB per avere una soluzione robotica. Poiché nell'impianto non c'era spazio per un robot industriale tradizionale, ABB ha raccomandato il cobot GoFa. Progettato per lavorare accanto alle persone in piena sicurezza movimentando carichi fino a 5 kg, questo robot collaborativo non richiede barriere e cancelli che occuperebbero ulteriore spazio.

L'azienda utilizza già i robot FlexPicker di ABB nelle sue fabbriche in Vietnam, negli Stati Uniti e in Canada, ma questa è la prima esperienza con i robot collaborativi.

"Inizialmente lavoravamo con una velocità fissa di 22 pacchetti al minuto, ciascuno con un peso appena inferiore al chilo," racconta Dan. *"Prima dell'arrivo di GoFa, abbiamo aggiornato il nostro impianto di imballaggio installando una bilancia e un'impacchettatrice molto più veloci, che ci hanno portato a una capacità di 35-36 pacchetti al minuto. Ci siamo così resi conto che avremmo avuto bisogno di una seconda unità per tenere il passo."*

Una pinza a ventosa preleva due pacchetti alla volta e li posiziona nella scatola, sollevando quindi un peso di 2 kg. Quando il lavoro veniva eseguito manualmente, gli operai potevano prelevare un solo pacchetto per volta. Un addetto maneggiava fino a 18 pacchetti al minuto. Pertanto, dopo il potenziamento della linea con un'impacchettatrice più veloce, servivano due operai per tenere il ritmo. Ora queste mansioni sono svolte da GoFa e gli addetti possono essere riassegnati ad alti compiti



ABB RoboCup 2023, vince l'IIS Zaccagna Galilei di Massa Carrara



Si è conclusa la quinta edizione di ABB RoboCup di cui abbiamo parlato nel numero precedente, che ha visto la partecipazione di 700 studenti di 44 scuole. L'Istituto di Istruzione Superiore Zaccagna Galilei di Massa Carrara è il vincitore di questa edizione. All'istituto Zaccagna, ABB offrirà un cobot ABB YuMi Single Arm in comodato d'uso.

Maurizio Lepori, Head of Education ABB Robotics Italy sottolinea "L'ABB RoboCup ci ha permesso di avvicinare e coinvolgere un maggior numero di studenti, anche di istituti non prettamente tecnici, per appassionarli alla robotica e colmare il gap di competenze in materia di automazione. Il nostro intento è quello di creare un ponte tra le scuole e il mondo del lavoro, promuovendo e sviluppando le competenze multidisciplinari necessarie per lavorare con i robot e prosperare in una nuova era di automazione".

ABB RoboCup nasce nel 2019 su iniziativa del team Educational di ABB Robotics Italia con l'obiettivo di avvicinare ed entusiasmare gli studenti alla robotica attraverso attività ludico-didattiche per aiutarli ad acquisire conoscenze che saranno poi spendibili nel mondo del lavoro.

Il progetto rientra nell'impegno globale di ABB Robotics per colmare il gap educativo nelle competenze di automazione, evidenziato dall'indagine ABB Robotics sull'istruzione nel 2022. Sulla base di un campione globale di 2.301 intervistati, l'80% dei professionisti dell'istruzione ha dichiarato che la robotica e l'automazione influenzeranno il futuro dell'occupazione nel prossimo decennio, nonostante il fatto che ad oggi solo un istituto di istruzione su quattro utilizzi i robot nei propri programmi di insegnamento.

L'edizione di quest'anno ha visto la partecipazione di scuole di tutto il Paese. Tutte le scuole sono state raggiunte dal Team ABB Robotics Educational in un viaggio a più tappe grazie alla disponibilità di un furgone adeguatamente attrezzato. I 6.500 km percorsi hanno permesso ai tecnici e agli specialisti dell'azienda di entrare nei diversi istituti e di interagire con oltre 1.000 studenti, che hanno potuto mettere in gioco le competenze acquisite in classe cimentandosi nella programmazione e nell'utilizzo dei cobot. È stata anche l'occasione per approfondire le tematiche legate allo smart manufacturing e all'industria 4.0.

La quinta edizione del tour ABB RoboCup è stata riconosciuta dal Ministero dell'Istruzione come competizione ufficiale in ambito scientifico-tecnologico nel "Programma per la valorizzazione delle eccellenze per l'anno scolastico 2022/2023". Il concorso ha il patrocinio di SIRI (Associazione Italiana di Robotica e Automazione) e Assolombarda, ed è supportato da Fondazione Politecnico di Milano, Fondazione Cariplo, Newnev e Solema.



The Future of Industry
La robotica, il cuore pulsante
del Rinascimento digitale.

ABB





Iliad festeggia cinque anni sul mercato italiano e annuncia di aver superato i dieci milioni di utenti

Il 29 maggio è stato il quinto compleanno di Iliad, cinque anni da quando la prima offerta mobile è stata lanciata sul mercato italiano. Iliad annuncia anche che la propria community di utenti attivi mobili ha superato i dieci milioni. Da quando ha fatto il suo ingresso sul mercato italiano nel 2018, Iliad ha seguito un percorso di crescita costante, senza interruzioni, guadagnando, ad oggi, la fiducia di 10 milioni di utenti in tutto il Paese.

Riorganizzazione Rai: crea una nuova Direzione denominata Radio digitali specializzate e podcast



Il Consiglio di Amministrazione della Rai, ha deliberato l'aggiornamento dell'assetto organizzativo aziendale e ha formulato il parere di competenza relativamente alle nomine dei Direttori di Generi e di Testata, proposte dall'Amministratore Delegato Roberto Sergio. L'assetto organizzativo illustrato dall'AD, unitamente alla indicazione dei responsabili dell'area Corporate, introduce nuove aree organizzative, tra cui la Direzione Coordinamento iniziative strategiche quale punto di riferimento strutturato e di coordinamento delle attività riferite in particolare al Piano Industriale, al Piano di Sostenibilità e al Contratto di Servizio; nell'area editoriale radiofonica è stata creata una nuova Direzione denominata Radio digitali specializzate e podcast.



Visa: nuovo hub tecnologico in Polonia per lo sviluppo dell'innovazione 24/7. Previste 1.500 assunzioni

Visa, specializzata nei pagamenti digitali, ha annunciato l'apertura di un nuovo hub tecnologico e di prodotto in Polonia, il primo del suo genere in Europa centrale e orientale. L'hub prevede fino a 1.500 nuove assunzioni nel settore tecnologico e di prodotto nei prossimi anni. L'iniziativa rientra nell'impegno di Visa a investire in tutto il mondo per sostenere un modello di sviluppo dell'innovazione 24/7 e promuovere una crescita rapida e continua del commercio e dei pagamenti digitali.

Intesa Sanpaolo vara la nuova area dedicata all'Innovazione e all'Information Technology



La nuova area recepisce le best practice di mercato, proprie delle "tech companies", mettendo in risalto elementi distintivi della strategia aziendale - quali gli investimenti in artificial intelligence, cloud, cyber security e nella nuova banca digitale - e assicurando al contempo il presidio dei sistemi informativi a livello di Gruppo in Italia e all'estero. Guidata da logiche di semplificazione ed efficienza, ha l'obiettivo di rafforzare ulteriormente l'attenzione al mantenimento di elevati livelli di servizio, contenendo costi e rischi.



Citizen CZ Smart YouQ



Gli smartwatch Citizen CZ Smart YouQ sfruttano i modelli di intelligenza artificiale creati con IBM Watson e Nasa Ames Research Center. Questo smartwatch assiste chi lo indossa gestendo attività varie e impara a conoscere l'utente per fornirgli informazioni sui ritmi naturali del corpo

NUOVO TOYOTA bZ4X



Nato dall'esperienza nell'elettrificazione e dalla passione degli specialisti del 4x4, Nuovo Toyota bZ4X è il primo SUV Toyota 100% elettrico che unisce l'innata vocazione alla libertà con la tecnologia più avanzata.

VADO IN VACANZA

**SE ABBANDONI UN ANIMALE,
IL PROBLEMA SEI TU.**

Basta scuse.
Abbandonare
un animale è un reato.
La responsabilità è tua.



**Ente
Nazionale
Protezione
Animali**
Ente morale • ODV
enpa.org