FIDA INFORM ICT PROFESSIONAL sirmi spa the way to make ICT possible

La newsletter dei Professionisti dei Sistemi Informativi delle Telecomunicazioni e dell'Organizzazione. Periodico mensile di FIDA Inform, Federazione Italiana delle Associazioni Professionali di Information Management, n. 43 - Maggio 2018

L'editoriale

Niente di fatto

di Maurizio Cuzari

Gli indici del DESI 2018 sono impietosi: nonostante qualche miglioramento sulla copertura del broadband, l'Italia non si schioda dalle posizioni di fondo classifica fra le nazioni europee nelle statistiche sul Digitale rilasciate dalla Commissione Ue.

A poco sembrano essere valsi gli sforzi fin qui condotti, sostenuti evidentemente più dalle chiacchiere convegnististiche che non dai fatti, ed è altrettanto chiaro che l'Italia, per quanto viaggi a ritmi più sostenuti che non in passato sulla strada dell'Innovazione sostenuta dal Digitale, ha una velocità inferiore rispetto ai compagni di strada europei.

Non facilita i compiti la situazione politica; è pressoché certo che il prossimo Governo, che sia di transizione, di gestione solo ordinaria o di tipo "balneare", non avrà le leve né le maggioranze politiche per poter intervenire sulla situazione del Paese, e ci accompagnerà in sola gestione corrente verso nuove elezioni.

Nel frattempo, le aziende del settore IT continuano a muoversi, oggetto di attenzioni da parte soprattutto della Finanza Straordinaria, su processi di aggregazione che permettono loro di essere più efficaci verso il Mercato Top ed Enterprise; con buona pace delle PMI e dei Professionisti, che per quanto siano tanti e dai più indicati come il cuore pulsante della nostra Economia reale, da anni sono considerati "mercato residuale" e quindi non degno di investimenti ed attenzione. E così, la Trasformazione digitale cala ancora una volta dall'alto, e solo su chi ne è obbligato dal confronto internazionale, senza entrare nelle corde dell'italica razza, che ancora una volta non avrà un Ministero per l'Innovazione Digitale.

Al via il GDPR, molte aziende ancora impreparate

Il GDPR è diventato attuativo ma la strada verso la conformità richiede ulteriori passi da parte delle aziende. A dirlo sono le stesse imprese, oltre a diversi sondaggi di mercato; da quello di Capgemini, secondo cui l'85% delle aziende europee non è partita compliant, a quello di E&Y che evidenzia come il 40% delle aziende non conosca ancora la direttiva, ad IDC che nel corso della Security Conference 2018 mette in luce che solo una fascia ridotta di aziende è già compliant e prevede che il picco di spesa nel nostro paese avverrà nel 2019.

A PAGINA 12

TIM, Vivendi perde il controllo, CdA "indipendente" targato Elliot

Cambia l'assetto del gruppo TIM con la fine o quantomeno l'interruzione del controllo di fatto esercitato da Vivendi. A prevalere è il fondo attivista Elliott, dopo un braccio di ferro durato mesi. Intanto il gruppo ha presentato solidi risultati del primo trimestre 2018 che si chiude con utili consolidati a 250 M€, in crescita del 25% anno su anno. A trainare il business in particolare le performance di Italia e Brasile.

A PAGINA 2

Fra Apple e Samsung dopo anni arriva la pace sui brevetti?

A PAGINA 10

Google Cloud e la Trasformazione digitale in Italia

A PAGINA 5

Nuovo piano di tagli per BT e addio alla sede di Londra

A PAGINA 8

Tiscali: un 2017 positivo, preludio alla ripresa

A PAGINA 2

Vodafone acquisisce Unity Media e sfida DT

A PAGINA 10

L'Europa punta con forza sull'Insurtech

A PAGINA 11

Notizie dai Club

A PAGINA 13

TIM, Vivendi perde il controllo, CdA "indipendente" targato Elliott

Lo scorso 4 maggio l'assemblea di TIM ha modificato l'assetto del controllo del gruppo: il "fondo attivista" USA Elliott, dopo un braccio di ferro ingaggiato mesi fa, ha vinto. La lista presentata dal fondo e caratterizzata da candidati tutti definiti "indipendenti", con il voto determinante di Cassa Depositi e Prestiti che era recentemente entrata nel capitale, ha ottenuto la maggioranza con il 49,84%; finisce, o quantomeno si interrompe, il controllo di fatto esercitato su TIM da Vivendi.

L'esito non sembra definitivo: il gruppo francese potrebbe chiedere la convocazione di una nuova Assemblea degli azionisti per proporre un riassetto del CdA e l'allargamento del board, dichiarandosi preoccupata per «il rischio che la nuova governance non tenga conto degli interessi degli azionisti» e che sia da ostacolo alla realizzazione del piano industriale 2018-2020.

I vertici di TIM, che vedono nel frattempo la nomina di Fulvio Conti a Presidente e la conferma di Amos Genish ad Amministratore Delegato, sembrano però confermare la volontà di proseguire nell'attuazione del piano su tutta la linea. Genish ha dichiarato di non avere dubbi sul fatto che l'unico interesse suo e dell'intero board sia la creazione di valore per TIM. «Il Presidente ha qualifiche elevatissime e non ho dubbi su quale sia il suo interesse: vuole creare valore per TIM e solo per TIM», ha risposto a chi faceva notare che CdP, entrata nell'azionariato e determinante per l'esito del ribaltone, è socio paritario con Enel in Open Fiber, e che Conti è stato CEO di ENEL.

Proprio in relazione al piano, i vertici di TIM segnalano che è in atto un confronto con Agcom sul progetto di separazione della rete che dovrebbe concludersi, anche unilateralmente, entro fine anno. Ed appare peraltro casuale che in parallelo Agcom, nell'ambito dell'attività di vigilanza sul ripristino della cadenza mensile della fatturazione e dei rinnovi delle offerte, abbia avviato un procedimento sanzionatorio per condotta non conforme alle disposizioni di settore nei confronti di TIM e Wind Tre.

Sul fronte dei risultati, il primo trimestre di TIM si chiude con utili di gruppo a 250 M€, in rialzo del 25% su base annua, mentre i ricavi si attestano a 4,7 Mld€, in calo del -1,6% sullo stesso periodo 2017 (+2,7% a parità di perimetro e cambi), sostenuti dalla buona performance dei ricavi da servizi a livello di Gruppo (+3,1%), come in Italia (+2%) ed in Brasile (+6,4%).

«I solidi risultati del primo trimestre 2018 sono trainati dalla performance positiva in Italia e dalla forte crescita del Brasile, a conferma che stiamo già raccogliendo i frutti dell'implementazione della nostra strategia DigiTIM - commenta Amos Genish -. In Italia registriamo una crescita stabile dell'ARPU e della base Clienti UBB, sia nel Mobile che nel Fisso, grazie al nostro impegno costante in termini di avanzamento della copertura e della qualità, con cui ci affermiamo quali player premium».

Per chiudere il quadro, è da segnalare che, prima di lasciare, il governo Gentiloni ha inflitto a TIM una multa di 74 M€ per non aver notificato il passaggio del controllo dell'azienda, di interesse strategico per la sicurezza nazionale, alla francese Vivendi. TIM ha deciso di non rivalersi su Vivendi e quindi troverà autonomamente i fondi per pagare la multa, dando fra l'altro il via alla cassa integrazione per un anno per 30.000 dipendenti per due giorni al mese, con un risparmio di circa 100 M€.

In Borsa, il titolo TIM, che non era cresciuto più di tanto durante la "battaglia" fa Elliott e Vivendi, continua a navigare da un minimo di 0,67€ del 14 novembre 2017 ad un massimo di 0,88€ del 20 aprile 2018, per tornare a scendere a 0,73€ il 25 maggio, come peraltro sta facendo in questo periodo di incertezze politiche tutta la Borsa italiana.

Newsletter dell'iniziativa congiunta FIDAInform - SIRMI

Redazione, gestione ed edizione: SIRMI SPA che se ne assume tutte le responsabilità

SIRMI SPA, via Leopardi 14, 20123 Milano

02 876541

sirmi@sirmi.it; ict-pro@sirmi.it

Direttore responsabile: Maurizio Cuzari

Distribuzione: 24.500 copie in digitale, e soci dei Club regionali dei Dirigenti d'Informatica

ICT Professional è una testata di proprietà del Club Dirigenti d'Informatica, via Fanti 17, 10128 Torino

Pubblicazione mensile (10 numeri annui)

I Club aderenti

ASSI Bologna: http://www.assi-bo.it/

CDI Torino: http://clubdi.org/

CTI Liguria: http://www.ctiliguria.it/

CTI Milano: http://www.clubtimilano.net/

CTI ER: http://www.clubtier.org/

CDTI Roma: http://www.cdti.org/

Ti ha girato questa mail un amico o un conoscente? Vuoi ricevere regolarmente la newsletter mensile ICT Professional?

PER ISCRIVERTI ALLA NOSTRA NEWSLETTER CLICCA QUI

Tiscali: un 2017 positivo, possibile preludio alla ripresa

Tirando le somme sull'esercizio 2017, Tiscali può brindare. L'anno si è chiuso infatti con un giro d'affari di 207,6 M€, in aumento del 5,4% rispetto ai 196,9 M€ dell'esercizio precedente, grazie soprattutto alla crescita dei Clienti broadband fisso e mobile e alla progressiva rifocalizzazione sul core business.

L'esercizio, per la prima volta dalla fondazione dell'azienda, ha un saldo positivo con un utile netto di 0,8 M€. In contrazione anche l'indebitamento finanziario netto, che al 31 dicembre 2017 si attesta a 178,9 M€, contro i 187,6 M€ di fine 2016.

Un'ulteriore conferma del trend di crescita arriva dalla Clientela, che nell'anno raggiunge le 748mila unità, in crescita del 9,8% rispetto al 2016. Forte miglioramento del mix Clienti con oltre 97mila Clienti ultra-broadband (Fibra e LTE), in crescita del 400% sull'anno precedente. Positivo anche il trend della Clientela sia nel segmento broadband fisso (+11mila Clienti, +2,5% su 2016) che nel Mobile (+64mila Clienti, +39% su 2016).

Approvato anche il Piano Industriale 2018-2021, che vede il sostegno dei principali soci (i fondi russi ICT e SOVA Capital) con l'apporto di un finanziamento di 35 M€ entro la fine del 2018, in linea con i pianificati maggiori investimenti nelle reti LTE per sostenere la crescita del gruppo, che includono anche una proposta da parte dell'Amministratore Delegato Riccardo Ruggiero per ripianificare il rientro del debito nei confronti del sistema bancario, in primis Banco BPM e Intesa SanPaolo.

Dopo quasi un anno di incertezza, si chiude positivamente anche l'iter per il rinnovo fino al 2029 della licenza sulle frequenze 3.5Ghz assegnate al gruppo, che anche in questo caso conferma la centralità della valorizzazione delle frequenze sia per i servizi LTE che per le future attività 5G, come chiave dello sviluppo aziendale.

Wind Tre si affida ad Ericsson per accelerare sul 5G

Wind Tre migliora le attività di esercizio della rete e la gestione dei servizi grazie ad una nuova alleanza: ha deciso infatti di affidare ad Ericsson il progetto di evoluzione del Core Network, per la modernizzazione della rete come fattore abilitante dell'evoluzione verso il 5G.

Questa trasformazione ha come obiettivo di consentire a Wind Tre di fornire in modo più snello servizi ai propri Clienti utilizzando sia l'accesso fisso che quello mobile, migliorando la gestione quotidiana delle attività.

Il contratto, quinquennale, partirà dal secondo trimestre 2018 e prevede in particolare la realizzazione di un progetto per l'implementazione di un Core Network virtualizzato con capacità di orchestrazione in accordo alle prescrizioni del progetto open source NFV Management and Orchestration (MANO) dell'European Telecommunications Standards Institute (ETSI).

Ericsson avrà inoltre il ruolo di "prime System Integrator" e fornirà i servizi di supporto, garantendo aggiornamenti e aumenti di capacità sull'attuale rete fisica e piena interoperabilità con la nuova rete.

Grazie alle sinergie derivanti dall'accordo, i Clienti di Wind Tre potranno avvalersi delle applicazioni di Core Network di Ericsson e dell'infrastruttura NFVi (Network Functions Virtualization Infrastructure) che consente la rapida introduzione di nuove soluzioni e la continuità del servizio.

«Questo è un grande passo nel percorso che Wind Tre sta intraprendendo per fornire una rete di migliore qualità e servizi di valore ai suoi Clienti» commenta Benoit Hanssen, CTO di Wind Tre, che aggiunge: «Ci stiamo trasformando per essere pronti alla rivoluzione digitale che il 5G e l'IoT determineranno. La collaborazione con Ericsson su questo importante accordo, che garantisce un'approfondita conoscenza della tecnologia esistente, permetterà di realizzare una rete virtualizzata all'avanguardia».

«Il nuovo accordo di lungo periodo per la fornitura di servizi e tecnologie del Core Network di Wind Tre conferma la fiducia accordata ad Ericsson, in ragione dei livelli di efficienza, sicurezza e intelligenza che i nostri servizi e le nostre tecnologie innovative sono in grado di mettere a disposizione in Italia» dichiara Federico Rigoni, Amministratore Delegato di Ericsson in Italia, che sottolinea come il deal rappresenti «un ulteriore passo in avanti per lo sviluppo delle reti del nostro paese verso il 5G, così come per lo sviluppo dell'intero sistema economico italiano, che corre anche attraverso gli importanti investimenti in atto nell'ambito delle infrastrutture mobile».

Qualche dettaglio tecnico: il contratto comprende in particolare il virtual EPC, il virtual IMS e la virtual UDC (User Data Consolidation) and virtual Signalling di Ericsson, applicazioni che saranno implementate sul sistema NFVi certificato di Ericsson, in linea con il NFV Architectural Framework di ETSI e con l'architettura Management and Orchestration (MANO) di ETSI. La soluzione comprende Ericsson Orchestrator, il virtual infrastructure manager Ericsson Cloud Execution Environment basato su OpenStack, Ericsson Cloud SDN e l'infrastruttura software-defined basata su Ericsson HDS 8000.

Almaviva acquisisce Sadel e punta all'internazionalizzazione

Almaviva si rafforza nel mondo dei trasporti mettendo a segno un'operazione che amplia il raggio d'azione a nuovi mercati. La società acquisisce l'84,05% del capitale di Sadel, storico partner nell'ambito delle tecnologie di bordo treno, grazie al quale sono stati realizzati e installati circa 20.000 apparati, operativi su gran parte della flotta nazionale ed estera, che vanno dalle centraline Tlc ai display di informazione alla Clientela, dai moduli di networking ai server multimediali.

In virtù del nuovo accordo, Almaviva si propone in particolare di offrire soluzioni per le Tlc terra-bordo, networking di bordo, videosorveglianza, informazione automatizzata ai passeggeri, conteggio degli stessi, sistemi di telediagnostica, soluzioni di telefonia ferroviaria VoIP e GSM-R, centraline IoT per il telecontrollo degli impianti civili di stazione.

Almaviva tende così a completare la propria offerta di servizi presidiando le fasi di progettazione, prototipazione, realizzazione, delivery e della successiva od eventuale manutenzione di impianti e prodotti tecnologici e digitali. L'acquisizione di Sadel permette infatti ad Almaviva di avere un'integrazione verticale, con il controllo delle diverse operazioni e fasi del ciclo produttivo, organizzandole al proprio interno senza dover far ricorso a operatori o fornitori esterni al gruppo.

Grazie a Sadel, Almaviva punta anche all'ampliamento del proprio bacino d'utenza, oltre che al consolidamento della filiera, sia nell'ambito dei servizi tradizionali del Ferroviario e del Trasporto Pubblico Locale, sia su base geografica, operando su nuovi Paesi sulla base del proprio piano industriale che si caratterizza per una strategia di forte internazionalizzazione, dove il 70% dei Clienti è fuori dall'Italia.

«Almaviva consolida il proprio offering nel settore, completando la catena del valore e offrendo soluzioni end-to-end con il pieno controllo dell'intera filiera, rafforzando anche gli obiettivi verso i mercati esteri», commenta Smeraldo Fiorentini, Direttore Generale Trasporti e Logistica di Almaviva, che ha assunto anche la carica di Presidente di Sadel.

Mentre Almaviva è impegnata ad estendere il business al di fuori dei confini italiani, sono tuttavia a rischio oltre 3.400 posti di lavoro. Continua infatti il braccio di ferro tra il gruppo e i sindacati sull'avvio delle procedure di conferimento a una Newco di parte delle attività e delle risorse in ambito call center. Gli ultimi sviluppi vedono una proroga del pacchetto delle misure fino al 30 luglio in attesa di una soluzione alternativa.

DATA4, più servizi ai Clienti grazie all'accordo con Nlyte Software

La strategia di investimento di DATA4 punta a consolidare il posizionamento del gruppo come operatore di data center di riferimento per Aziende, Carrier, ISP e Cloud provider che chiedono connessioni sempre più efficaci con i network nazionali e internazionali di gestione del traffico dati.

Il gruppo, con i suoi datacenter flessibili e neutrali, offre soluzioni a partire dalla colocation di un singolo rack fino alla progettazione e costruzione completa di infrastrutture dedicate ed ha al suo attivo 15 datacenter distribuiti tra Francia, Italia e Lussemburgo, con un'area tecnica totale di 27.000 m2 di sale IT.

Proseguendo nel programma di espansione, DATA4 sigla una nuova partnership con Nlyte Software, azienda che opera nelle soluzioni DCIM (datacenter infrastructure management) per fornire informazioni in tempo reale sulle infrastrutture presenti nei data center, ridurre i rischi operativi e fornire servizi a valore per i Clienti della colocation. La soluzione di Nlyte va oltre la gestione dell'infrastruttura, potenziando le capacità degli operatori nello sviluppare il proprio lavoro più efficacemente, sincronizzando informazioni e attività verso altri sistemi che si basano su accurate informazioni relative alle infrastrutture fisiche (per esempio, sistemi BMS e ITSM).

La partnership tra DATA4 e Nlyte vede anche la collaborazione di Straton IT, System Integrator francese che sarà il Provider di riferimento per le fasi di deployment in tutta Europa per assicurare un agevole rollout della soluzione. Il gruppo francese migliora così l'efficienza delle prestazioni e la trasparenza, rendendo visibile il "black box" dei propri datacenter per mostrare una visione in tempo reale dei propri asset; contestualmente, il gruppo aumenta l'efficienza e amplia l'offerta dei servizi.

Il progetto vede infatti DATA4 e i propri Clienti passare da una gestione manuale di processi e registrazioni ad operazioni automatizzate e in tempo reale per gestire tutte le proprie infrastrutture. Le soluzioni offerte da Nlyte saranno connesse con i diversi BMS (Building Management Systems) e con altri sistemi presenti nei datacenter di DATA4 senza interruzione di servizio, attraverso l'architettura open di Nlyte.

La partnership con Nlyte fornisce ai Clienti un'offerta di software-as-a-service per migliorare efficienza, agilità e trasparenza. Tra i vantaggi, la possibilità di affidarsi non solo ad un singolo datacenter, di usare la colocation, il public Cloud e l'on-premise per il monitoraggio di ciò che succede nelle loro infrastrutture IT, in colocation, in Cloud o presso le proprie facilities, da remoto e in tempo reale.

«Con Nlyte abbiamo l'obiettivo di trasformare i servizi che i Clienti si aspettano dai loro fornitori di datacenter e fornire trasparenza in tempo reale e capacità di analisi per prendere, on demand, le migliori decisioni» commenta Jérôme Totel, VP Product Development & Sales Engineering di DATA4 Group. «La soluzione di Nlyte permetterà ai nostri Clienti di essere più flessibili, meglio informati e più efficienti. Stiamo integrando Nlyte in tutti i nostri 15 datacenter europei e il nostro obiettivo è assicurare il 100% di continuità di servizio nel corso dell'implementazione».

«Il mercato dei datacenter sta vivendo una grande evoluzione. I manager stanno affrontando sfide in termini di complessità, costi, e non sono sempre in grado di stare al passo con le esigenze. Coloro che non stanno adottando soluzioni DCIM per i propri asset infrastrutturali, devono affidarsi a operatori più rapidi nel creare facilities di colocation più efficienti ed efficaci e a data center privati» dichiara Moshe Benjo, VP & Head of Sales EMEA di Nlyte. «Nlyte vuole collaborare per potenziare i rispettivi business e quelli dei Clienti, per operare con più agilità, riducendo anche i costi. Insieme risolveremo le esigenze mission critical dei Clienti di DATA4 migliorando la comprensione in tempo reale della loro efficacia operativa».

InfoCert estende il raggio d'azione a Spagna e Sud America

InfoCert, azienda del gruppo Tecnoinvestimenti, ha nei suoi programmi di divenire un Provider paneuropeo di servizi di Digital Trust; e nell'ambito dei suoi piani strategici, mette a segno la sua prima acquisizione internazionale, acquisendo la partecipazione di maggioranza di Camerfirma, una delle principali autorità di certificazione spagnole, basata a Madrid e scelta come Partner per operare sui mercati iberico e latino-americano.

I termini dell'accordo vedono InfoCert acquisire il 51% di Camerfirma, tramite la sottoscrizione di un aumento di capitale riservato per 3,1 M€, con un'operazione che sarà finanziata mediante l'utilizzo di risorse interne.

Si tratta del primo passo strategico per la creazione di un QTSP (Qualified Trust Service Provider) paneuropeo. L'operazione permetterà ad Infocert, già oggi la più grande Certification Authority in Europa, di rafforzare la propria strategia di crescita internazionale attraverso: il rafforzamento della propria posizione di fornitore di servizi fiduciari multinazionali con radici istituzionali e attenzione ai mercati dell'Unione europea e alla conformità normativa; l'integrazione delle rispettive offerte e capacità per una copertura di mercato più efficace, espandendo così il portafoglio di servizi e le capacità di delivery, per meglio affrontare i mercati di riferimento; lo sfruttamento delle sinergie in infrastrutture, operazioni, investimenti, innovazione e sviluppo di nuovi prodotti e soluzioni.

Commenta Danilo Cattaneo, Amministratore Delegato di InfoCert: «L'operazione si inserisce perfettamente nella roadmap di crescita internazionale di InfoCert, volta a creare il principale fornitore di Trust Services in Europa. Siamo felici di unire le nostre forze con Camerfirma e le Camere di Commercio spagnole e abbiamo già iniziato a lavorare insieme sull'ulteriore sviluppo dei nostri obiettivi. Sono fiducioso che i Clienti attuali e potenziali di Camerfirma e InfoCert trarranno vantaggi significativi da questa operazione».

Google Cloud e la Trasformazione digitale in Italia

Imprese e Amministrazioni guardano al futuro

Nel suo evento annuale *Google Cloud Summit* tenutosi a Milano il 24 maggio, Google ha dato spazio ad una vasta schiera di testimonial per rafforzare il suo impegno anche per il mercato italiano; ricordiamo che Google segnala di essere il fornitore di Cloud pubblico cresciuto più velocemente nel 2017, con un business complessivo da 1 Mld$ a trimestre, e di aver fatto del machine learning un elemento differenziante, con 10.000 Clienti coinvolti in progetti d'innovazione e un nuovo prodotto, AutoML, che semplifica enormemente l'uso del machine learning per le piccole e medie imprese.

Sotto la sapiente regia di Fabio Fregi, Country Manager di Google Cloud, si sono avvicendati sul palco i manager internazionali Greg De Michillie, Director Cloud CTO Office, e Alison Wagonfeld, VP Marketing, e soprattutto tanti Clienti fra cui Manager di Enel, Wind Tre, Azienda Zero - Regione Veneto, Alleanza Assicurazioni, Alstom, Bending Spoon, Consorzio Arsenàl.IT, Evolvere, FNM, Fracarro, iGenius, Il Meteo, Infocamere, Instal, JobRapido, MainAd, Sky Italia, Viralize, Virgin Active.

Tre i temi principali trattati nel corso dell'evento: creare soluzioni basate sui dati, modernizzare l'infrastruttura e accelerare lo sviluppo di applicazioni; e numerose le Industry impattate, fra cui spiccano Finanza, Media & Entertainment, Retail e Pubbliche Amministrazioni. Evidenziati anche i successi di rilievo conseguiti: G Suite conta nel mondo oltre 4 milioni di Clienti; Google Cloud Platform ha raddoppiato i volumi di archiviazione dati nell'ultimo anno; i Partner a livello globale sono oltre 13.000; sono di successo le tre grandi sinergie internazionali con Salesforse, Cisco e SAP.

Dagli strumenti di condivisione e collaborazione su scala globale con G Suite, alla creazione, sviluppo e manutenzione di software con App Engine e Kubernetes, fino ai servizi di analisi ed elaborazione dati come BigQuery e le più avanzate applicazioni di machine learning, tra cui Video Intelligence e AutoML, Google Cloud si pone l'obiettivo di abilitare anche in Italia la crescita delle aziende di qualsiasi settore e dimensione. La sicurezza resta un elemento fondamentale, con strumenti di verifica per le singole applicazioni e il nuovo chip Titan che permette di identificare e autenticare gli accessi a livello di hardware.

Fra i casi di successo, alcuni meritano particolare attenzione.

Wind Tre: dopo la fusione, la nuova Wind Tre si è confrontata con l'esigenza di consolidare le piattaforme esistenti in una nuova infrastruttura IT, atta a gestire una grande mole di dati e che possa fornire anche strumenti di Intelligenza Artificiale. Wind Tre sottolinea di avere scelto Google Cloud Platform per la elevata scalabilità, la rapidità di configurazione dei servizi e la possibilità di utilizzare strumenti innovativi come il Machine Learning. La scelta di Google Cloud Platform è considerata da Wind Tre come un tassello importante nella roadmap tesa a diventare una "data driven company".

Sky Italia: con quasi 5 milioni di abbonamenti, Sky Italia è la prima media company in Italia. Quando ha deciso di convertire in alta definizione l'intero catalogo on demand, ha dovuto fronteggiare un problema strategico: l'introduzione dell'alta definizione richiede un incremento pari a 4 volte la capacità computazionale rispetto allo standard, rendendo necessario lo sviluppo di una soluzione di processamento ibrida . Nell'ambito del progetto, Sky segnala di aver adottato Google Cloud Platform, che le ha permesso l'integrazione dell'infrastruttura con le soluzioni in Cloud.

Azienda Zero: è il portale della Sanità della Regione del Veneto. Per favorire la comunicazione e collaborazione tra i dipendenti attraverso 85.000 account in un'ottica di smart working, Azienda Zero ha connesso le 15 strutture sanitarie della regione con G Suite, l'insieme di strumenti per la produttività in Cloud di Google tra cui Gmail, Documenti, Drive, Calendar e Hangouts.

Fabio Fregi, Country Manager Google Cloud in Italia, sottolinea: «Le nuove tecnologie intelligenti possono offrire una risposta alla necessità di produttività e di crescita delle nostre imprese e pubbliche amministrazioni, aiutare nelle relazioni interne e con i Clienti, proporre nuove soluzioni a problemi ancora non risolti e anticipare risposte per il futuro. Cloud pubblico e open source significa rendere le tecnologie di Google sempre più democratiche e accessibili, grazie anche a una rete di Partner che oggi permette davvero ad aziende di qualunque dimensione di confrontarsi con le sfide dell'innovazione».

AgID e Consip, operativo il nuovo "Piano gare strategiche ICT 2018"

È stato definito ed è già operativo il "Piano gare strategiche ICT 2018" messo a punto congiuntamente da AgID e Consip. Si tratta di un "pacchetto" di 13 nuove gare per facilitare l'attuazione del Piano Triennale per l'Informatica nella PA con investimenti in infrastrutture, disaster recovery e gestione della sicurezza IT.

Il programma di lavoro avviato da AgID, Consip e Team per la trasformazione digitale verrà realizzato nel prossimo triennio e interessa l'intero modello strategico di evoluzione dei sistemi informativi della PA: ecosistemi digitali, infrastrutture fisiche e immateriali, sicurezza e interoperabilità.

Le 13 gare hanno lo scopo di fornire soluzioni e servizi ai Poli strategici nazionali, i soggetti pubblici titolari di infrastrutture IT ad alta disponibilità, che saranno qualificati da AgID per erogare ad altre amministrazioni servizi informatici evoluti.

AgID e Consip definiranno, attraverso un gruppo di lavoro congiunto, i requisiti fondamentali e gli obiettivi da garantire e sarà Consip ad elaborare le strategie di gara e la relativa documentazione, che saranno poi sottoposte all'approvazione di AgID. Anche l'iter di aggiudicazione, la stipula dei contratti e la loro gestione avrà identica gestione.

«Tra gli obiettivi da raggiungere c'è quello di favorire l'apertura del mercato alle PMI e di ridurre la durata dei contratti, per consentire una verifica continua dell'adeguatezza dei servizi offerti e della loro rispondenza alle esigenze del committente» dichiara Consip in una nota ufficiale. «Altra novità prevista è l'introduzione, nel capitolato di ogni gara, di un codice di condotta tecnologico, ovvero un elenco di criteri da rispettare nello sviluppo tecnologico della PA, che stabilisce i principi ispiratori con cui sviluppare le tecnologie a servizio della PA».

Le gare congiunte già in corso riguardano l'evoluzione del SIDI (Sistema informativo dell'Istruzione), del NSIS (Sistema Informativo del Ministero della Salute), lo sviluppo dei Servizi di supporto al piano di trasformazione digitale della PA come i contratti quadro SPC (Sistema Pubblico Connettività con Servizi di connettività, Servizi Cloud, Identità digitale e sicurezza, Cooperazione applicativa, Portali e servizi on line) e SGI (Sistemi Gestionali Integrati).

Ntt Data Italia cresce ancora ed è alla ricerca di altre 1.000 risorse

La consociata italiana di NTT Data, multinazionale giapponese dell'IT, ha annunciato che nei suoi piani di sviluppo nel nostro Paese è previsto l'inserimento, nell'arco dei prossimi 12 mesi, di 1.000 nuove risorse da destinare alle sedi di Milano e Roma, per fare fronte all'aumento della richiesta di progettazione e servizi e per garantire un elevato livello di eccellenza tecnologica e competenze di altissimo livello.

I profili sono diversi: dallo sviluppo software alla cyber-security alle aree emergenti quali Intelligenza Artificiale, IoT, Augmented Reality e Virtual Reality. È prevista anche una speciale linea di sviluppo per le risorse dedicate a e-commerce, mobile e online, Big Data e Analytics.

Le nuove risorse si affiancheranno agli oltre 3.000 collaboratori già in organico, di cui 1.300 assunti negli ultimi tre anni e mezzo, indirizzati soprattutto negli ambiti dell'Innovazione e della Sicurezza.

Walter Ruffinoni, Amministratore Delegato di NTT Data Italia, sottolinea: «Siamo molto orgogliosi di poter continuare ad assumere nel nostro Paese, soprattutto nelle sedi di Roma e Milano ed in quelle del Sud Italia, aree che rappresentano il cuore delle attività in termini di produttività e ricerca tecnologica. Stiamo anche agevolando il rientro dei colleghi dall'estero, talenti che alimenteranno ulteriormente le nostre competenze sulla frontiera della tecnologia».

Lutech prosegue la crescita e si rafforza nei servizi gestiti con NEST2

Lutech, azienda da luglio 2017 controllata dal fondo USA OEP – One Equity Partner, amplia il know-how nel settore dei managed services grazie all'acquisizione dell'85% del capitale di NEST2 SpA; l'operazione rafforza l'offerta del gruppo a supporto dei Clienti nella gestione di infrastrutture ICT con nuove competenze tecniche e servizi ad hoc e conferma l'attenzione di Lutech a rafforzare le aree consulenza, system integration e outsourcing a supporto della Digital Transformation delle aziende sue Clienti.

NEST2 è un'azienda italiana specializzata nel settore dei servizi gestiti a supporto di soluzioni complesse di networking, security, IT e compliance, che progetta e realizza soluzioni IT per aziende pubbliche e private. Con sede a Padova e 250 collaboratori che operano dalle tre locations in Italia, l'azienda si pone come Partner per l'innovazione e la trasformazione tecnologica. In particolare, le sue strutture NOC e SOC coprono tutte le fasi operative dei servizi, tipicamente in outsourcing, sono operative 24x7 e gestiscono grandi volumi con KPI qualitativi e certificate secondo i principali standard internazionali.

«NEST2 si inquadra nella strategia di crescita e sviluppo di Lutech Group» commenta Tullio Pirovano, Amministratore Delegato di Lutech, «NEST2 rappresenta il service operating center sul quale il gruppo intende consolidare la propria offerta di servizi avanzati di SOC e NOC con copertura 24x7, attraverso una proposta integrata end-to-end per la gestione completa dell'infrastruttura IT e della sicurezza dei nostri Clienti. Diamo il benvenuto a tutto il personale di NEST2 e ai manager Davide Greggio e Andrea Bignozzi, che si uniscono al gruppo mettendo a disposizione le loro competenze ed esperienze».

L'acquisizione di NEST2 rientra nel processo di consolidamento sul mercato italiano ed estero e rappresenta solo l'ultima di una serie di acquisizioni messe in campo da Lutech (ndr: la principale è Sinergy), che negli ultimi anni è cresciuta, anche ampliando la presenza all'estero, e conta oggi oltre 1.100 professionisti, più di 550 consulenti con certificazioni, oltre 200 Clienti in settori che vanno dal Financial al Telco & Media, dalla PA all'eHealth, dall'Energy & Utilities al Manufacturing con soluzioni Industry 4.0 ed Intelligence Solutions.

Android sulle auto Volvo

IL LANCIO DEL MESE

Lo scorso anno, Volvo aveva accettato la proposta di Google siglando un accordo per sviluppare su base Android la prossima generazione del sistema Sensus Connect, l'impianto Infotainment che offre informazioni, intrattenimento e funzioni che semplificano l'utilizzo e la gestione dell'auto.

La partnership fa ora un ulteriore passo verso le auto del futuro. La casa svedese controllata dalla cinese Geely si allea infatti con Google per integrare i propri servizi con il mondo delle app che dialogano con i servizi online di Google. Un progetto che rivoluziona l'interfaccia uomo-macchina e che punta anche a ridurre le distrazioni al volante causate dall'utilizzo dello smartphone alla guida, aiutando a mantenere lo sguardo concentrato sul percorso.

L'obiettivo della partnership è nello specifico di integrare il Mobile Infotainment System Sensus di prossima generazione delle auto di Volvo con Google Assistant, Google Maps, Google Play Store e tutti i suoi servizi georeferenziati, senza necessità di avere uno smartphone Android all'interno dell'auto.

Google Assistant fungerà così da interfaccia vocale centrale di bordo, consentendo di gestire alcuni comandi dell'auto come ad esempio l'aria condizionata, o di utilizzare le app per l'ascolto di musica e l'invio di messaggi o ricevere informazioni meteo. Google Maps consentirà invece di aggiornare in tempo reale le mappe stradali e i dati sul traffico, mantenendo gli automobilisti informati sul percorso e suggerendo in modo proattivo eventuali percorsi alternativi.

I nuovi aggiornamenti del software saranno disponibili in tempo reale e potranno essere installati automaticamente o manualmente, esattamente come succede sui cellulari Android. Ciò consentirà alle future auto di Volvo di rispondere alle specifiche esigenze dei Clienti e di offrire ai guidatori informazioni sempre aggiornate e servizi predittivi.

«La partnership da avviare con Google rappresenterà un'alleanza strategica importante per Volvo Cars – commenta Henrik Green, Senior VP Ricerca & Sviluppo di Volvo Cars –. La piattaforma Android, i servizi di Google e il rapporto professionale fra Google e gli sviluppatori di app ci permetteranno di migliorare ulteriormente l'esperienza a bordo di una Volvo».

«L'integrazione dei servizi di Google nei modelli Volvo accelererà l'innovazione nell'ambito della connettività e ci stimolerà a intensificare lo sviluppo di applicazioni e servizi connessi – aggiunge Green – Presto chi guida una Volvo avrà un accesso diretto, direttamente a bordo dell'auto, a migliaia di app in grado di semplificare la vita delle persone e di rendere ancora più gradevole l'esperienza di viaggio in una vettura connessa».

SAS Forum 2018: avanti con advanced analytics e intelligenza artificiale

Le potenzialità del connubio tra uomo e macchina sono state al centro della sessione plenaria della XIII edizione di SAS Forum 2018, l'appuntamento annuale che SAS dedica all'evoluzione e all'applicazione degli analytics per promuovere l'innovazione in azienda, con oltre 2.000 partecipanti a gremire il MiCo di Milano.

Il tema principale di questa edizione, **Inspire The Extraordinary**, ha voluto sottolineare l'applicazione di paradigmi tecnologici come Analytics Economy, Artificial Intelligence, Machine Learning, Customer Intelligence e IoT nel nostro quotidiano, tra vita privata e attività lavorativa. Il messaggio che SAS veicola è proprio sulle potenzialità del connubio uomo-macchina nel ridurre il tempo in cui il "pensiero" diventa "visione" e si trasforma in "azione". «Siamo davanti a una rivoluzione: un ambito collaborativo inedito tra uomo e macchina dove il nuovo straordinario possibile sarà la relazione che potremmo avere con le macchine e gli algoritmi per far sì che questi ci rendano più intelligenti» ha affermato Marco Icardi, Regional VP SAS e CEO di SAS Italy.

Piuttosto che alla dicotomia tra uomo e macchina, infatti, Icardi ha invece evidenziato nel corso del suo keynote la complementarità tra intelligenza umana e intelligenza artificiale, laddove la prima può contare su soft skill fondamentali come creatività e curiosità, mentre la seconda è in grado di eseguire compiti che richiedano capacità di analisi avanzate o, viceversa, ad alto tasso di ripetitività. Impossibile non pensare agli impatti sul mondo del lavoro, anche se, come in tutte le grandi innovazioni tecnologiche, la scomparsa di alcune mansioni sarà accompagnata dalla nascita di nuovi ruoli professionali.

La collaborazione tra queste due intelligenze così diverse, umana e artificiale, segna la strada per un cambiamento di paradigma, come sottolineato da Marco Zorzi, professore presso il Dipartimento di Psicologia Generale dell'Università di Padova, durante la sessione plenaria della mattina. Tuttavia, non sono poche le criticità comunicative tra i due linguaggi, come le emozioni e l'empatia, che sono alla base delle relazioni umane, ma al contempo difficilmente traducibili in algoritmi per una macchina.

Le persone non sono infatti "soggetti passivi", ma reagiscono alle differenti condizioni dell'ambiente circostante, e questo spiega la complessità di relazione tra modelli matematici e comprensione del comportamento umano, come presentata nel suo speech da Hanna Fry, Lecturer in the Mathematics of Cities at the Centre for Advanced Spatial Analysis alla UCL.

Pur con i suoi limiti e diversità, l'Intelligenza Artificiale è, e ancor più sarà, comunque fondamentale per analizzare grandi moli di dati, aiutando l'uomo in numerosi ambiti. «L'AI consente di porci in modo consapevole di fronte ai dati, trasformando i big data in smart data, cercando le relazioni causa-effetto e interpretando il dato attraverso gli elementi precursori», ha rimarcato Ottavio Crivero, fondatore e CEO di Moxoff. Così, l'essere umano avrà sempre un ruolo fondamentale, quello di prendere le decisioni e trarre le reali correlazioni derivanti dall'analisi di dati, anche prescrittive.

Marco Icardi, Regional VP di SAS & CEO di SAS Italia

Purché il cambiamento di paradigma sia comunque accompagnato da una doverosa trasformazione non solo nei processi e nella tecnologia, ma soprattutto nella cultura aziendale e nell'approccio delle persone, come sottolineato da Simone Puksic, Presidente di Insiel e di Assinter Italia.

Carriere

Congratulazioni a...

- **Rosalba Agnello**, Senior account executive di SAP
- **Giorgio Arienti**, Presidente del Centro di Coordinamento RAEE
- **Rossella Campaniello**, Personal Systems Business Director; **Giampiero Savorelli**, Print Business Group Director; **Massimo Valle**, Consumer Channel Manager di HP Italy, guidata sempre da Tino Canegrati
- **Martino Carrera**, Managing Director e Board Member di Ingo
- **Claudio Casini**, Responsabile Business della nuova sede di Milano di Bechtle
- **Alessandro Cozzi**, Regional Director per la Regione EMEA South di Extreme Networks
- **Caterina Faggioli**, Head of Supply e **Gianluca Aversano**, Client Lead di Ogury
- **Mirko Poggi**, Responsabile della divisione Hoover Small Domestic Appliances Italia del Gruppo Candy
- **Emiliano Rantucci**, Responsabile Market Units di Avanade Italia
- **Alessia Valentini**, Security Client Account Lead – Executive Manager di Accenture
- **Grazia Vittadini**, Chief Tecnology Officer di Airbus
- **Corrado Zana**, Responsabile Cyber Risk per l'Europa di Willis Towers

Massimo Arrighetti si è dimesso per motivi personali dal ruolo di Amministratore Delegato di SIA; rimarrà in carica sino al 15 giugno, e da tale data le sue deleghe passeranno al deputy CEO, **Nicola Cordone**.

Vittorio Colao, Ceo di Vodafone Group, lascia dopo dieci anni, sembra per motivi personali; ad ottobre passerà il testimone a **Nick Read**, attuale Group CFO, cui a sua volta subentrerà **Margherita Della Valle**, sua vice.

A Pordenone la mobilità si fa sostenibile

Le energie rinnovabili rappresentano il futuro che possiamo già costruire oggi facendo delle precise scelte nell'ambito di minor spreco, minori consumi energetici e minor inquinamento. È questo il principio alla base del progetto di Carlo Nappo, co-titolare del "Podere dell'Angelo" di Pordenone che, insieme con Vincenzo Cioffi, danno vita al primo ristorante del Friuli-Venezia Giulia a dotarsi di quattro colonnine per la ricarica delle auto elettriche.

L'iniziativa è stata realizzata in collaborazione con Sky Gas & Power, azienda udinese attiva su scala nazionale nella fornitura di energia elettrica e gas e che ha fatto della sostenibilità un proprio valore dove la qualità "ecologica" dell'energia utilizzata si coniuga con un comportamento sostenibile nei confronti del Cliente.

Le quattro colonnine hanno un attacco universale da 22 Kw così da poter rifornire tutte le auto elettriche presenti sul mercato: Nissan, Bmw, Renault, Citroen, Volkswagen e Smart, fino alle ricercate Tesla.

«La mobilità elettrica rappresenta il futuro; la diffusione delle colonnine è quindi un passaggio indispensabile per sostenere un'innovazione ecosostenibile. Siamo pertanto convinti che questa iniziativa possa essere d'esempio per un crescente numero di attività del settore commerciale e ricettivo», afferma Stefano Caldarazzo, fondatore e CEO di Sky Gas & Power.

L'installazione di Pordenone prosegue un percorso che Sky Gas & Power ha avviato l'anno scorso in Friuli-Venezia Giulia per la diffusione delle colonnine, come quelle posizionate allo stabilimento balneare Astoria di Sottomarina di Chioggia.

Nuovo piano di tagli per BT: 13mila uscite worldwide in tre anni e addio alla sede di Londra

Nuovi tagli occupazionali in vista per BT. Il colosso britannico delle TLC ha infatti annunciato la riduzione del 12% circa della propria forza lavoro nell'arco di tre anni. Si tratta di circa 13.000 dipendenti con ruoli amministrativi e di middle management, che saranno in parte compensati dalla graduale assunzione di 6.000 fra nuovi ingegneri, tecnici e addetti al front office.

Il gruppo impiega oggi 106.400 persone, di cui 82.000 in UK e il resto nelle filiali distribuite a livello globale; e non ha specificato in quali dei 63 Paesi in cui ha i suoi dipendenti saranno applicati i tagli, anche se è certo che una buona parte sarà in UK; voci di corridoio indicano qui due terzi dei tagli. La società lascerà anche la sua sede principale nel centro di Londra per una location meno costosa e più funzionale.

Non si tratta della prima manovra in questa direzione; già lo scorso anno il gruppo aveva tagliato 4.000 posizioni in diverse sedi estere, Italia inclusa.

La nuova strategia firmata dal Ceo Gavin Patterson è anche legata agli ultimi risultati finanziari del gruppo, che ha registrato un calo dei ricavi del 3% a 5,967 Mld£ nel quarto trimestre, al di sotto delle attese degli analisti. Gli utili core sono invece cresciuti dell'1% a 2,083 Mld£.

Nei piani dell'azienda, la riorganizzazione porterà nel giro di tre anni a una riduzione di costi per 1,5 Mld£, pari a circa 1,7 Mld€. La strategia punta a "semplificare il modello operativo" concentrando le attività "su circa 30 siti strategici", con l'obiettivo di "ridurre l'inefficienza legata alla diffusione su molti siti in UK".

Guardando alla strategia di lungo periodo, i tagli fanno parte di un "piano strategico" per "creare valore per gli azionisti a lungo termine mantenendo la posizione dominante nei servizi di TLC in UK e alle multinazionali". La nuova forza lavoro dovrà spingere i settori d'avanguardia, come la fibra ottica e le connessioni mobili con tecnologia 5G.

Lenovo macina ricavi e profitti grazie alla strategia "multi-business"

Certo, riposizionarsi da produttore di PC a Player di successo con tanti fronti aperti, dagli smart device alle infrastrutture critiche per data center, dagli apparati per lo IoT alle soluzioni per Intelligenza artificiale non è stata una partita facile; ma la crescita in 4Q 2018 di fatturato (+11%) e utile (+143%) danno ragione alla strategia implementata e perseguita con determinazione.

Il fatturato del quarter ha raggiunto i 10,6 Mld$, e l'incremento del +11% su base annua è il primo aumento a due cifre realizzato negli ultimi 10 trimestri.

L'utile ante imposte è stato di 37,0 M$, con un +143% rispetto ai 15 M$ dell'anno precedente.

I numeri di questo trimestre hanno permesso una performance positiva anche per l'intero anno: il fatturato è stato di 45,3 Mld$, +5% rispetto all'anno precedente; e non si è lontani dall'utile: la perdita netta di 189 M$ per l'intero anno è "dovuta principalmente al costo una-tantum dello storno di 400 M$ non-cash risultante da imposte differite nel terzo trimestre 2017/18".

Nel trimestre, il gruppo "PC e Smart Device" (Pcsd) ha fatturato 7,7 Mld$; il Data Center Group (Dcg) ha raggiunto gli 1,2 Mld$ (+44%); il Mobile Business Group (Mbg) ha fatturato 1,3 Mld$.

Per i prossimi trimestri l'azienda si attende un'ulteriore accelerazione dovuta all'integrazione tra il suo Personal Computer e Smart Devices Group con il Mobile Business Group, che insieme hanno dato vita all'Intelligent Devices Group (Idg), che potrebbe creare efficienze grazie alla condivisione su scala globale della supply chain e dei servizi.

Dell riunisce i Partner a Las Vegas e fa il punto su strategie, alleanze e prodotti

Dell ha riunito a Las Vegas Clienti e Partner da tutto il mondo per un evento che ha cambiato nome ma non veste: fino al 2016 era *EMC World*, nel 2017 diventava *Dell EMC World* e quest'anno è andato in scena come il "primo" *Dell Technologies World 2018*, senza più traccia di EMC nel nome a sottolineare un processo di fusione dato per concluso.

Dal palco, Michael Dell ha accolto i 14.000 presenti nella tre giorni, i 4.000 Partner, i giornalisti (tra questi, siamo orgogliosi ci fosse la collega Emanuela Teruzzi, Direttore Responsabile di Inno3 a fornirci il suo reportage).

L'evento è stato l'occasione per il gruppo per delineare le vision verso una sinergia sempre più forte tra uomo e macchina e per presentare le ultime novità di prodotto e le nuove alleanze.

La strategia dell'azienda si concentra oggi sul futuro tecnologico, che porterà a un mondo dove la "partnership" tra uomo e macchina sarà imprescindibile. Ha debuttato la Human Machine Partnership, il connubio tra intelligenza umana e tecnologie potenti, che impatterà sul progresso dell'Uomo nei prossimi 10-15 anni.

Il percorso verso il 2030 parte dai quattro pilastri che accompagnano la trasformazione delle aziende oggi: Digital Transformation, IT Transformation, Security Transformation e Workforce Transformation; le aree che secondo Michael Dell trovano risposte nell'offering completo della federation di Dell Technologies che copre dall'edge al core fino al Cloud grazie alle soluzioni di Dell, DellEMC, Pivotal, Rsa, Secureworks, Virtustream e Vmware.

Il nuovo portfolio guarda anche alle nuove frontiere: presentate quindi novità tecnologiche nell'ambito del data center e dello storage, ma anche dell'AI e del machine learning, che portano i Clienti nella nuova era guidata dalle tecnologie di immersive e collaborative computing, IoT, multi Cloud adoption, software defined everything, AI e Machine Learning.

In ambito Modern Data Center, presentata la nuova soluzione Dell EMC PowerMax, uno storage all flash array di fascia enterprise, parte della infrastruttura modulare di Dell EMC PowerEdge MX che sfrutta l'analisi predittiva, in grado di analizzare 40 milioni di set di dati in tempo reale. Una necessità che le aziende hanno per fronteggiare la concorrenza, automatizzando il proprio data center e modernizzando l'IT.

Nell'HCI (hyper-converged infrastructure), gli annunci hanno riguardato VxRail e VxRack SDDC, in ottica di spingere l'approccio multi Cloud. «Queste tecnologie, sviluppate congiuntamente da Dell EMC e VMware, rispondono a strategie multi Cloud per aiutare i Clienti a trasformare la loro infrastruttura IT, in modo che chi le gestisce riesca ad avere più tempo libero e ad agire in modo più veloce», ha commentato Ashley Gorakhpurwalla, President e General Manager di Dell EMC Server e Infrastructure Systems.

In ambito Artificial Intelligence, Machine Learning e Deep Learning gli annunci si focalizzano sulla quattordicesima versione dei server Dell EMC PowerEdge, lo storage PowerMax e le workstation Dell Precision, espandendo il portfolio con Dell Precision Optimizer 5.0 che accelera la gestione dei carichi di lavoro, le analisi dei dati, l'efficienza. In questo scenario viene rafforzata la relazione con Intel per machine learning e deep learning con le soluzioni Dell EMC Ready.

Annunciati anche gli aggiornamenti delle soluzioni VDI, con il thin client Dell Wyse 5070, un prodotto versatile che permette alle aziende di decidere la giusta configurazione a seconda delle necessità dei dipendenti, rispondendo alla richiesta di virtualizzare desktop e applicazioni per incrementare potenza e prestazioni.

Presentata infine da VMware la propria visione sul Virtual Cloud Network e il nuovo portafoglio di sicurezza e networking VMware NSX, per consentire connettività e sicurezza coerenti con la strategia di *any device, any app, any Cloud*, fondamentale nell'approccio di VMware al mercato.

Facebook affronta il datagate e sospende 200 app, mentre si ristruttura

Facebook sospende 200 app attive nel social network: una contromisura rispetto allo scandalo Cambridge Analytica, la società londinese accusata di avere impropriamente condiviso i dati di 87 milioni di utenti di Facebook, mettendo in discussione l'intero impianto dedicato alla privacy e alla sicurezza dei dati dei suoi utenti e portando Facebook davanti al Congresso americano ed alla Ue.

Si tratta di una prima scrematura tra le migliaia di app che hanno avuto accesso a una vasta mole di dati degli utenti, in particolare prima del 2014, quando le policy di Facebook erano già diventate più restrittive. Facebook riferisce che le app sospese saranno soggette a «un'inchiesta approfondita per capire se vi sono stati abusi» e in caso affermativo saranno definitivamente messe al bando dal social network e gli utenti informati attraverso una notifica.

Una prima mossa riparatrice messa in campo dal gruppo di Mark Zuckerberg, che si è dimostrato da subito pronto a rimediare al danno provocato ai suoi utenti. La manovra sembra essere premiata dal mercato. Lo scandalo ha infatti inizialmente impattato sui conti di Facebook, sia in termini di immagine che di valore di Borsa, ma la società ha recuperato gran parte del terreno. I conti dell'ultimo trimestre annunciati a fine aprile hanno infatti visto aumentare sia i profitti (+63%) sia il numero di utenti (+70 milioni a 2,2 miliardi totali). Il titolo Facebook è tornato sopra i livelli di metà marzo; da inizio anno ha guadagnato circa il 6% e negli ultimi 12 mesi il 25%.

E mentre si affronta la questione della privacy, Facebook annuncia una grande riorganizzazione interna che vede il business dividersi in tre rami, di cui uno dedicata alla blockchain. Si tratta della prima grande manovra organizzativa voluta da Zuckerberg per Facebook e il più grande cambio ai vertici del gruppo, per rivedere la gestione dei prodotti e sanare anche le lacune nella gestione della privacy.

Dei tre rami: il primo è dedicato alle "family app": Facebook, Instagram, WhatsApp e Messenger; il secondo allo sviluppo delle nuove applicazioni tra cui quelle legate alla blockchain; il terzo, battezzato "central product services", gestirà pubblicità e sicurezza.

La Divisione Blockchain sarà guidata da David Marcus, in Facebook dal 2014, VP di Messenger e dal 2010 al 2014 President di PayPal, che risponderà direttamente al CTO Mike Schroepfer e che oggi è anche nel CdA di Coinbase, una delle più importanti piattaforme di scambio di criptovalute. Direttore della "family app" sarà Will Cathcart e l'attuale Chief Product Officer, Chris Cox, rimarrà come supervisore. Adam Mosseri diventa capo di Instagram, al posto di Kevin Weil ora nel team Blockchain. WhatsApp, dopo l'uscita dall'azienda del co-fondatore Jan Koum dopo lo scandalo Cambridge Analytica, passa sotto la guida di Chris Daniels, responsabile in precedenza di Internet.org, la struttura dedicata a diffondere la connettività nei paesi in via di sviluppo.

Fra Apple e Samsung arriva la pace sui brevetti?

La guerra sui brevetti tra Apple e Samsung vede contrapposte da anni le due aziende, finite per questo più volte in tribunale. La guerra ebbe inizio nel 2011 quando Steve Jobs aprì la prima causa, sulla base dell'accusa al gruppo sudcoreano di aver copiato alcune funzioni dell'iPhone per il loro primo Galaxy.

Da è sono seguita una lunga serie di cause e contenziosi in tutto il mondo. In estrema sintesi: a fronte di una prima richiesta di Apple per 2,5 Mld$, nel 2012 Samsung venne condannata a pagare 1 Mld$; i coreani fecero appello e nel 2015 riuscirono a ridurre la cifra a 399 M$, ed a fronte del pagamento di questa cifra diventava attivo un accordo fra le pari per far cadere altre cause minori; nel 2016 la Corte Suprema degli USA annullò la condanna a carico di Samsung: i giudici stabilirono allora che Samsung non fosse obbligata a rinunciare agli interi profitti realizzati dai suoi smartphone solo per aver violato alcuni componenti e così la causa fu rinviata a un tribunale di grado inferiore; ma subito dopo, nel 2017, Samsung è stata condannata a pagare 120 M$ ad Apple per avere copiato il sistema "Fai scorrere per sbloccare" lo schermo degli iPhone. Ultima puntata, quella di qualche giorno fa.

Da quest'ultima sentenza, Apple sperava di tornare ad ottenere da Samsung un risarcimento di 1 Mld$, ed in gioco sembra esserci più una questione di principio e di immagine che non economica. Secondo Samsung, si sarebbe potuto chiudere il contenzioso con un patteggiamento di 28 M$. Il 25 maggio, la decisione del Tribunale Federale di San José, California, è stata per un risarcimento di 539 M$ a favore di Apple.

Secondo noi, la cosa non finisce qui…

Microsoft Build 2018, 25 M$ di investimenti in AI for Accessibility

All'edizione 2018 di Microsoft Build, l'appuntamento annuale dedicato agli sviluppatori, protagonisti sono stati i temi legati alla Trasformazione Digitale abilitata dai paradigmi "intelligent Cloud" e "intelligent edge".

Intelligenza artificiale, IoT ed edge computing, calati in un contesto che fonde mondo reale e realtà virtuale, sono i trend emersi a Seattle che costituiscono la via maestra per Microsoft, in un mondo guidato dall'ubiquitous computing. «Siamo nell'era dell'intelligent Cloud e dell'intelligent edge – ha dichiarato il Ceo Satya Nadella –; queste innovazioni offrono opportunità incredibili agli sviluppatori e comportano la responsabilità di assicurare che la tecnologia che creiamo sia affidabile e a beneficio di tutti».

«L'innovazione non è fine a sé stessa ma deve essere rivolta alla centralità dell'individuo», è l'altro messaggio che Microsoft ha voluto trasmettere lanciando il nuovo programma da 25 M$ "AI for Accessibility", rivolto al miliardo di persone diversamente abili cui l'Intelligenza Artificiale può offrire un valido supporto nell'ampliamento delle proprie capacità umane.

Protagonista dell'evento anche l'intelligent edge con le sue modalità avanzate di visione, ascolto, ragionamento e previsione, con il vantaggio di non dover essere costantemente connessi al Cloud. Una dimostrazione è arrivata con Custom Vision, il servizio di visione artificiale personalizzata di Microsoft che costituisce il primo Azure Cognitive Service a supportare lo sviluppo nell'edge.

Tra gli strumenti presentati agli sviluppatori per diventare "AI developers", Microsoft ha annunciato innovazioni che consentiranno agli sviluppatori di creare esperienze AI su Microsoft Azure, Microsoft 365 e altre piattaforme; fra queste, il nuovo Project Kinect for Azure, che apre nuovi scenari di sviluppo per l'Intelligenza Ambientale grazie a un pacchetto di sensori progettato per l'AI sull'edge, in combinazione con una telecamera di profondità di nuova generazione.

Grande spazio ha avuto anche il riconoscimento vocale con la presentazione di nuove proposte, che vanno da Speech Devices SDK per lo sviluppo di assistenti virtuali, agli aggiornamenti di Azure Cognitive Search come il servizio vocale unificato, e i nuovi aggiornamenti di Bot Framework e dei servizi cognitivi in ambito bot e interfacce conversazionali.

Protagoniste dell'evento anche le nuove soluzione in ambito blockchain, come Microsoft Azure Blockchain Workbench, che unirà una rete blockchain supportata da Azure a servizi Cloud come Azure Active Directory e Key Vault.

Esperienze multi-digitali e multi-device, al confine tra spazio fisico e mondo virtuale, hanno rappresentato il punto focale della nuova offerta di mixed reality che Microsoft rivolge agli sviluppatori; tra le novità, Microsoft Remote Assist, che consente di effettuare videoconferenze in realtà mista.

Dal palco di Microsoft Build 2018 è stata annunciata anche una serie di nuove partnership, dalla collaborazione con DJI, produttore globale di droni, per la creazione di un nuovo SDK per i Pc Windows 10, all'accordo con Qualcomm Technologies per la realizzazione di un kit per lo sviluppo di soluzioni IoT basate su telecamera.

Vodafone acquisisce Unity Media da Liberty Global e sfida Deutsche Telekom

Vodafone mette sul piatto 18,4 Mld$ per acquisire le attività in Germania, Repubblica Ceca, Ungheria e Romania di Liberty Global, l'operatore USA di TV via cavo di proprietà del magnate americano John Malone.

L'operazione, che dovrebbe concludersi entro il 2019, è in linea con la strategica del gruppo britannico che punta al rafforzamento della presenza in Germania ed Est Europa rispetto al "concorrente storico" Deutsche Telekom: Unity Media, la divisione tedesca di Liberty Group oggetto della acquisizione, è infatti il secondo operatore via cavo in Germania.

L'accordo spinge gli investimenti in reti di nuova generazione e consolida la posizione del gruppo nell'Unione Europea. Grazie all'operazione, il 62% delle famiglie tedesche potrà usufruire di connessioni gigabit entro il 2022, mentre sono già 54 milioni le abitazioni dotate di connessioni via cavo/fibra e 110 milioni di uffici e unità abitative che già usufruiscono di reti di nuova generazione, secondo quanto dichiara Vodafone.

Vodafone prevede di ampliare l'offerta di rete, telefonia fissa e TV via cavo dell'acquisita Liberty Global alla propria Clientela, così come di proporre i propri servizi di telefonia mobile ai suoi attuali Clienti, per un valore attuale netto di sinergie dei ricavi stimato in oltre 1,5 Mld€.

L'obiettivo di Vodafone è di «diventare leader nella proprietà di reti di nuova generazione in Europa con un significativo cambio di passo verso la creazione di una Gigabit society europea»; commentava così la nuova strategia Vittorio Colao, CEO del gruppo. Probabilmente uno dei suoi ultimi annunci, dato che nel frattempo il Top Manager ha deciso di lasciare il gruppo dopo dieci anni di collaborazione, come indicato nel box dedicato nella sezione Carriere.

Il DESI non rileva miglioramenti di rilievo nel Digitale in Italia

Unica consolazione, migliora la copertura della Banda Larga

Ricordiamo ai lettori distratti che il DESI è dal 2015 l'indice Ue che posiziona tutte le nazioni della Comunità in un ranking relativo alla digitalizzazione, articolata su diversi temi.

L'Italia vanta da anni la non invidiabile posizione di "quasi ultima" ed anche quest'anno, malgrado qualche miglioramento, non si schioda da posizioni ben al di sotto della media Ue: nell'indice digitale europeo DESI per il 2018, si conferma 25a su 28 nazioni, posizione invariata dalla creazione dell'indice.

Certo, la Commissione Ue nel suo rapporto annuale segnala come positiva la crescita della copertura in fibra ottica "in fase di recupero" dal 23° posto nel 2016 al 13° del 2017, e sottolinea anche i progressi a livello nazionale sul tema dell'integrazione delle tecnologie digitali e dei servizi pubblici digitali.

Per contro, non ci schiodiamo dalla carenza cronica di "competenze digitali": le misure messe in campo dal Governo sono definite ancora insufficienti, ed hanno come conseguenza il posizionamento critico su tutti gli altri comparti analizzati, dalla banda larga mobile al numero di utenti Internet, dai servizi online all'e-commerce all' e-government.

Sulla **connettività**, l'Italia è al 26º posto fra gli Stati membri dell'Ue, retrocedendo di un posto rispetto al 2017. La percentuale di copertura fissa è rimasta invariata al 99%, con un valore leggermente superiore alla media Ue (97%). Sulla NGA, la banda larga veloce, la copertura è passata dal 72% all'87%, superando la media Ue (80%). Sulla banda larga ultraveloce (100 Mbps e oltre) è ancora in ritardo, con una copertura del 22% contro una media Ue del 58%. Sulle percentuali di utilizzo, gli 86 abbonamenti ogni 100 persone della banda larga mobile ci posizionano leggermente al di sotto della media Ue (90), mentre sulla la banda larga fissa facciamo registrare un lieve incremento, non sufficiente a smuoverci dal fondo della classifica.

Sul **Capitale umano**, l'Italia è retrocessa di un altro posto, ed è in fondo classifica. La percentuale di utenti Internet è in lieve incremento, così come il numero di specialisti ICT, che passa dal 2,5 al 2,6%; ma sono miglioramento di gran lunga inferiori a quanto fanno le altre nazioni europee. La prospettiva è ancora peggiore: decrementa la percentuale di laureati in discipline scientifiche, tecnologiche e matematiche (Stem), che si attesta a quota 1,3% nella fascia di età 20-29 anni (rispetto all'1,4% dell'anno precedente). In sintesi, secondo la Ue (e non solo) l'Italia manca di una strategia globale dedicata alle competenze digitali.

Sull'**utilizzo di Internet**, l'Italia non fa progressi, confermandosi al penultimo posto in classifica. L'utilizzo di servizi online come shopping online, eBanking e social network ha segnato un lieve aumento, ma siamo ultimi in Europa per la lettura delle notizie online. Solo il 56% degli italiani consulta siti di informazione sul web, contro il 60% dell'anno precedente, molto al di sotto della media Ue (72%).

Sull'**integrazione delle tecnologie digitali**, l'Italia ha fatto qualche progresso, ma è comunque retrocessa dal 19º al 20º posto, in ragione delle migliori performance degli altri Paesi. Le imprese italiane sono al di sopra della media europea in merito all'utilizzo di soluzioni di eBusiness, di processi automatizzati per lo scambio di informazioni elettroniche e adozione di Rfid. Sul tema e-commerce, abbiamo una situazione contraddittoria: cresce la percentuale di PMI che fanno vendita online, anche verso l'estero, ma decrementano le vendite elettroniche.

L'Europa punta con forza sull'Insurtech

L'innovazione tecnologia entra prorompente nell'industria assicurativa. Le compagnie tradizionali hanno abbracciato il mondo dell'insurtech incrementando gli investimenti, avviando collaborazioni con startup del settore e dando vita ad operazioni di venture capital per sostenerle.

In questi anni l'ecosistema delle nuove imprese insurtech si sta imponendo per numerosità e volume di fatturato, con una crescita esponenziale e investimenti record. E l'Europa cavalca questo processo con segni di vivacità, risultando l'area geografica nella quale il fenomeno dimostra maggiore diffusione, anche rispetto ai mercati americani.

Lo dimostra una recente ricerca realizzata da Accenture sui dati di CB Insights. Secondo i risultati dell'analisi, nel 2017 l'insurtech ha attratto in Europa investimenti per 679 M$ (il 29,5% del totale mondiale), con un incremento del 118% nel numero dei deal ed il 32,3% del totale dei deal a livello mondiale. Il trend europeo segna un forte recupero rispetto al mercato USA, che fino allo scorso anno vantava una netta prevalenza.

Lo scorso anno il mercato insurtech è cresciuto globalmente del +39%, con un valore complessivo pari a 2,3 Mld$, ma rappresenta ancora un comparto di "nicchia" se si paragonata al valore complessivo del comparto assicurativo, pari a 4,2 trilioni di dollari.

«L'insurtech ha avuto un'evoluzione sicuramente rilevante a livello globale e dagli USA stiamo assistendo allo spostamento del baricentro nel resto del mondo ed in particolare in Europa – spiega Daniele Presutti, Senior Managing Director del segmento assicurativo per Accenture Italia -. Queste iniziative sono diventate ormai parte integrante degli investimenti delle compagnie assicurative».

L'automazione sostituisce lo sforzo umano lungo l'intera catena del valore assicurativo, con oggetti connessi e dinamiche predittive. Tra i segmenti a maggior crescita negli investimenti, la ricerca individua la gestione delle proprietà e l'area sinistri (42%). Il marketing e la distribuzione rappresentano il 53% delle operazioni: servizi personalizzati fruiti in mobilità, piattaforme usabili con accessi semplificati, canali diretti digitali tesi soprattutto alla riduzione dei costi. E su tutto, la "interpretazione" dei dati per migliorare le offerte agli assicurati: si va dai reclami dei Clienti inviati in tempo reale al servizio di photo-evidence in mobilità, dalla notifica grazie a chatbot dedicate fino al servizio al Cliente con operatori virtuali.

Il rapporto evidenzia anche che in questa evoluzione tecnologica gli assicuratori tradizionali stanno superando le società emergenti. La percentuale degli assicuratori che partecipano agli investimenti in venture capital è aumentata del 63% negli ultimi cinque anni. Le aree più comuni sono Salute (14%), IoT (13%) e Big Data (9%).

Al via il GDPR, molte aziende ancora impreparate

Da qualche giorno il GDPR è diventato attuativo. La strada verso la conformità richiede però ulteriori passi da parte delle aziende; a dirlo sono le stesse imprese, oltre a diversi sondaggi di mercato.

L'85% delle aziende europee non è partita compliant e una su quattro non sarà pienamente conforme neppure entro la fine dell'anno. A dirlo è il sondaggio di **Capgemini** "Seizing the GDPR Advantage: From mandate to high-value opportunity" effettuato su un campione di mille dirigenti e 6mila Clienti.

Nell'area Ue, poco più di un'impresa inglese su due dichiara di essere ampiamente o completamente conforme; seguono le aziende spagnole al 54%, le tedesche e le olandesi entrambe al 51%, le italiane al 48%. La classifica si chiude con la Francia (41%) e la Svezia (32%).

Nonostante la normativa possa sfociare in sanzioni fino al 4% del fatturato, quasi il 19% delle aziende dichiara di non considerare la conformità una priorità. Il 31% si concentra esclusivamente sulla conformità, non considerando l'aspetto legato al presumibile vantaggio competitivo offerto dalla nuova normativa. Una strategia sbagliata, sostiene lo studio, in quanto le imprese che si sono allineate prima della scadenza fissata e hanno già investito in compliance e trasparenza dei dati dei consumatori stanno iniziando a raccogliere i primi frutti. Il 39% dei consumatori sono convinti che una organizzazione che protegga i dati meriti maggiore fiducia, ed ha infatti acquistato più prodotti e speso mediamente circa il 24% in più per quell'azienda, che può oggi beneficiare anche di una migliore reputazione.

Anche un sondaggio svolto da **Ernst & Young** su 2.550 Top Manager di grandi aziende di tutto il mondo evidenzia che il 40% delle aziende conosce le norme della direttiva GDPR abbastanza o molto bene; nella sola area europea, la percentuale sale a circa i due terzi: con riferimento alle figure specifiche dei professionisti degli uffici legali e della Sicurezza interni alle aziende si arriva al 66%.

Anche l'ultima edizione dell'**IDC** Security Conference 2018 ha messo in luce che l'attenzione alla sicurezza e alla nuova normativa è oggi molto alta fra le aziende italiane, ma che solo una fascia ridotta di aziende è già compliant. Il dato più evidente è che solo il 17% delle imprese italiane sopra i 250 addetti si dichiara già in regola.

Nel 2018 il valore di spesa previsto per le imprese italiane trainata dal GDPR è di circa 200 M$; secondo gli analisti, il picco di spesa nel nostro paese avverrà nel 2019, con investimenti che nelle aziende arriveranno a 230 M$. La spesa globale in Sicurezza IT crescerà invece, tra il 2017 ed il 2021, del 15,3%, contro una crescita media dell'Europa Occidentale del 19,5%. Nello scenario delle criticità che le aziende italiane si trovano ad affrontare nel percorso di adempimento, nel confronto verso l'Europa, spicca una particolare preoccupazione verso le 72 ore, termine entro cui il titolare del trattamento dei dati ha l'obbligo legale di rendere note alle autorità competenti i data breach: non solo gli attacchi informatici quindi, ma anche accessi abusivi o incidenti.

Le cause del ritardo italiano non sono solo interne al business aziendale, ma anche legate a normative governative ancora incerte e contraddittorie ancora oggi che il GDPR ha preso il via: convivono ancora regolamenti diversi, che necessitano di un intervento governativo o legislativo. Come sottolinea Maurizio Mensi, Professore SNA e Luiss Guido Carli, evidenziando un rischio di confusione normativa in tema di Privacy e Sicurezza, «un fitto mosaico di norme e direttive che richiedono armonizzazione e cogenza, la cui mancanza potrebbe danneggiare le aziende».

Microsoft Office sempre più il tramite di attacchi informatici

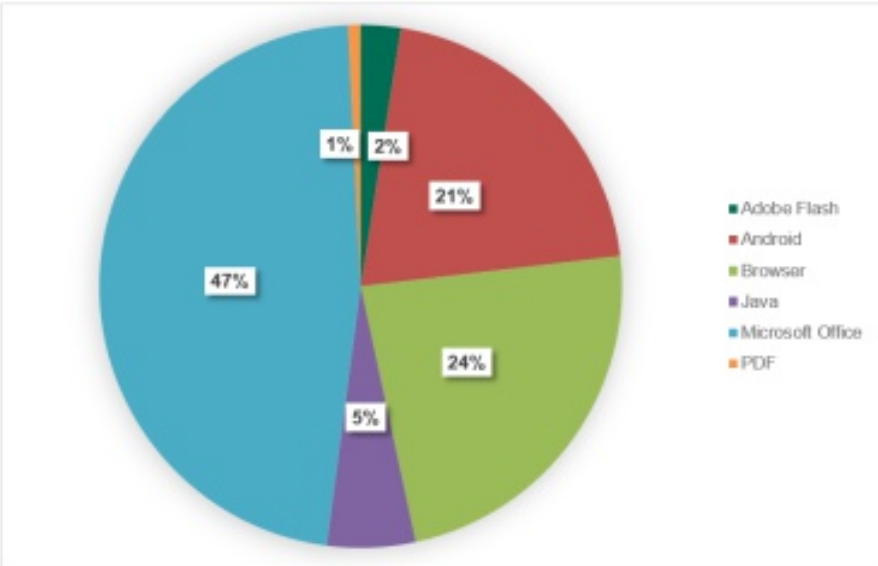
Nello scenario delle minacce, si registra una forte crescita degli attacchi che sfruttano gli exploit per Microsoft Office. Lo segnala un'analisi del gruppo russo **Kaspersky Lab**, che ha analizzato l'evoluzione delle cyber-minacce nel 1Q 2018.

Il fenomeno è evidente: il numero di utenti attaccati con documenti Office malevoli è infatti aumentato di oltre quattro volte rispetto al 1Q 2017. Parallelamente, in soli tre mesi, la quota degli exploit utilizzati negli attacchi è cresciuta quasi del 50%.

La pericolosità degli attacchi basati su exploit, software che sfruttano un bug o una vulnerabilità, sta nel fatto che gli exploit non richiedono ulteriori interazioni con l'utente e possono pertanto installare il codice malevolo in maniera discreta.

Questo trend ha raggiunto un picco che proseguirà nel tempo. Secondo gli analisti di Kaspersky Lab, tra il 2017 e il 2018 sono stati identificati almeno dieci exploit in-the-wild per il software Microsoft Office, rispetto ai due exploit zero-day per Adobe Flash Player usati nello stesso arco temporale, e che risultano invece in diminuzione (pari a poco meno del 3% nel primo trimestre).

Quando i cyber-criminali scoprono una vulnerabilità, preparano subito un exploit ready-to-go utilizzando spesso lo spear phishing come vettore dell'infezione, mettendo in pericolo gli utenti e le aziende tramite email con allegati malevoli. Tali attacchi sono estremamente sofisticati e mirati. Tra gli ultimi esempi rilevati, nell'autunno del 2017 un nuovo exploit zero-day per Adobe Flash, utilizzato in-the-wild contro i Clienti. L'exploit è stato fornito attraverso un documento Microsoft Office; il payload finale era l'ultima versione del malware FinSpy.



La distribuzione degli exploit utilizzati negli attacchi, in base al tipo di ambiente verso il quale si sono rivolti, nel 1Q 2018

FIDAInform Tour, ad Ancona l'ultima tappa prima della finale di Torino

Si è svolta lo scorso 17 maggio con grande partecipazione di pubblico la tappa di Ancona del roadshow territoriale promosso da FIDAInform ed i suoi Club territoriali dei Dirigenti di Informatica in collaborazione con NetConsulting cube e SIRMI.

Questa tappa è stata ospitata all'interno di Your Future Festival, la manifestazione nata nel 2014 con l'obiettivo di aprirsi alle città nelle quali l'Università Politecnica delle Marche opera, favorendo le connessioni tra Facoltà, studenti, ricercatori, territorio e sistemi sociali e economici. L'evento, che si declina in workshop, discussioni, relazioni e momenti di intrattenimento, vuole essere un contesto di contaminazione fra tutti i soggetti con cui l'Università Politecnica delle Marche interagisce.

Nell'ambito del Festival, che si è tenuto dal 14 al 19 maggio, il 17 maggio era la giornata dedicata all'Innovazione e al mondo delle imprese; e l'appuntamento FIDAInform si è perfettamente inserito in un calendario ricco di appuntamenti: sono stati infatti oltre 60 i rappresentanti del mondo Enterprise del territorio fra Decisori Digitali, soci del Club TI, esponenti di aziende Vendor e Startup che si sono ritrovati per confrontarsi su casi d'uso, progetti ed esperienze vissute in tema Digital Trasformation.

Dopo i saluti iniziali dei padroni di casa, rappresentati da **Pietro Berrettoni**, Presidente del Club TI Centro e **Paolo Paganell**i, Presidente di FIDAInform, **Annamaria Di Ruscio**, Amministratore Delegato di NetConsulting cube e Chairman della giornata ha avviato i lavori con una presentazione interattiva che ha delineato i percorsi intrapresi dalle aziende italiane verso il modello di "Impresa 4.0".

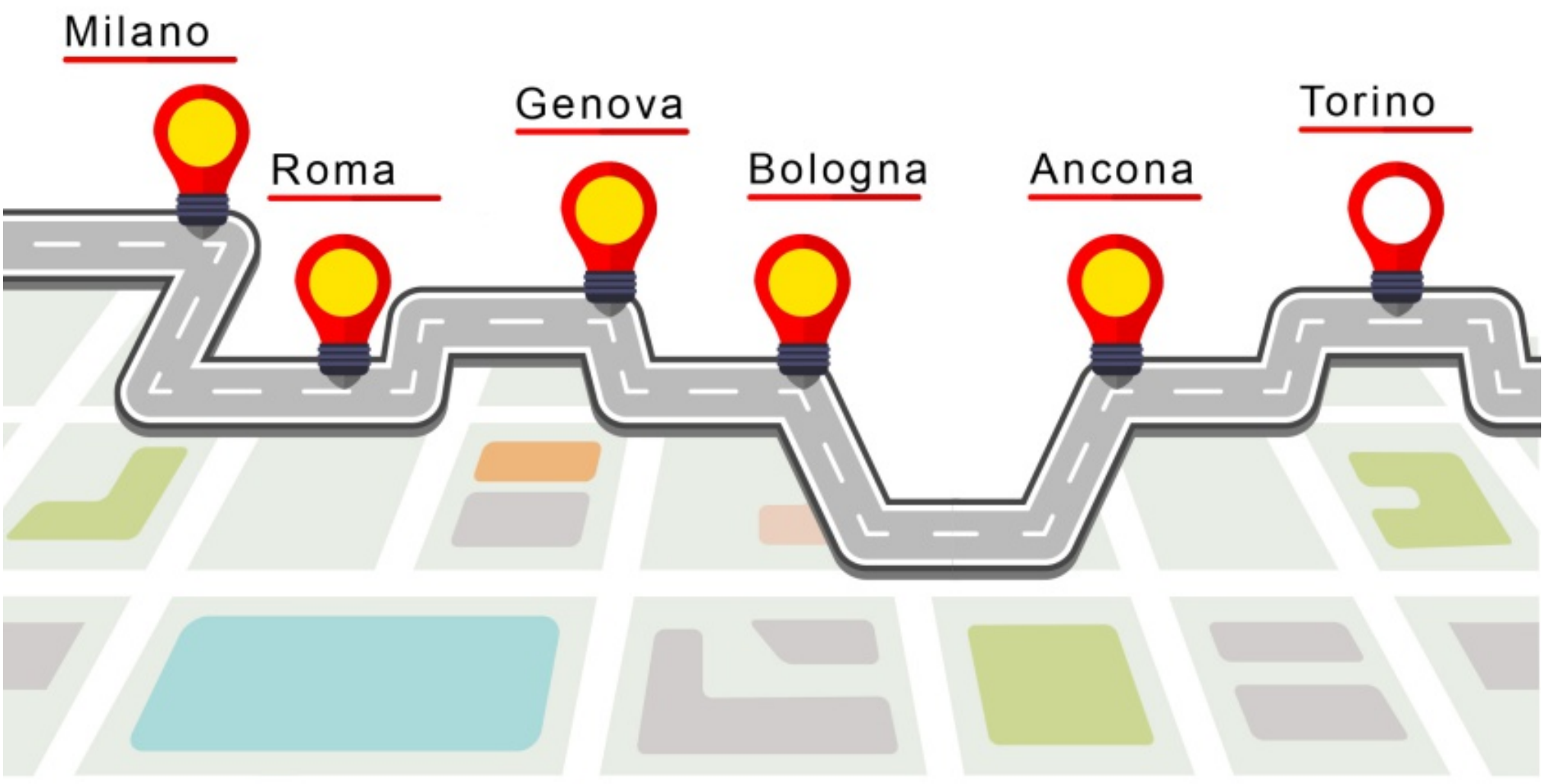
L'incontro si è caratterizzato per gli speech dei rappresentanti di importanti realtà del territorio che rappresentano il fiore all'occhiello delle imprese marchigiane e per i contributi dei Partner nazionali del FIDAInform tour: **RTT, Sopra Steria, TIM** e **Var Group**.

Di grande interesse il contributo delle imprese. **Roberto Stella**, CIO di Tod's, ha raccontato come l'azienda abbia digitalizzato tutta la filiera produttiva creando un portale per condividere info e ordini con i terzisti, oltre a tutta una serie di iniziative in ambito retail che hanno facilitato il rapporto con il cliente finale. In futuro: Tod's spingerà sugli strumenti di profilazione del cliente con tool di campaign management per raggiungere il cliente online e offline.

Marco Bagalini, Demand Manager CRM e Digital Marketing di Angelini, ha illustrato come la farmaceutica stia traguardando la Digital Transformation al proprio interno, in termini di metodologia (Design Thinking, Agile, nuove skill, cultura aziendale) e di digitalizzazione dei touch point con i clienti e dell'utilizzo di piattaforme di sentiment analysis & monitoring per intercettare trend e opinioni dei consumatori

Anche le istituzioni hanno presenziato all'evento, a testimonianza dell'importanza del Digitale per il tessuto socio economico locale: **Serena Carota**, Dirigente Sistemi Informativi e telematici della Regione Marche, ha raccontato le esperienze in ambito digitale della Regione, mentre **Sauro Longhi**, Rettore dell'Università Politecnica delle Marche, ha sottolineato lo stretto legame tra il mondo accademico e il tessuto imprenditoriale del territorio.

Non è mancato anche in quest'occasione l'Angolo dell'Innovazione dedicato alle Startup e Aziende Innovative del territorio, con una testimonianza di **The Hive** (l'incubatore), e con le Startup **BSD Design, APIO, Tradinnovazione, LabMe Innovation**. Le prime tre sono state selezionate dal pubblico con voto interattivo per partecipare alla tappa finale del FIDAInform Tour del 31 maggio a Torino.



Dal CDI Torino

Club Dirigenti di Informatica Torino

IT DAY 2018 - ITalia 4.0

Creatività digitale e competitività: ponti verso il futuro!

Giovedì 31 maggio, Teatro Regio di Torino

Le storie di successo di chi ha vissuto la trasformazione digitale e le storie di chi immagina e progetta già nuovi cambiamenti
ITDAY 2018 è l'ultima tappa del FIDA Inform Contest che ha raccolto e selezionato in un anno le eccellenze delle Start up italiane più innovative

AGENDA

- 13:00 **Apertura segreteria e registrazione partecipanti**
  Welcome coffee
  Conduce e coordina: *Annamaria Di Ruscio*, Amministratore Delegato di NetConsulting cube
- 14:15 **Saluto di benvenuto**
  Davide Gindro, Presidente del Club Dirigenti di Informatica di Torino
  Paolo Paganelli, Presidente FIDAInform
  Paola Pisano, Assessore all'Innovazione – Città di Torino
  Anna Rossomando, Vicepresidente del Senato
- 14:30 **Italia 4.0: davvero!?**
  Annamaria Di Ruscio, Amministratore Delegato di NetConsulting cube
- 14:45 **Storie di Innovazione**
  Antonio Gherardelli, Head of Innovation Promotion di Intesa Sanpaolo
- 15:00 **Il supporto dei player per la Digital Transformation-TIM**
  Luciano Albanese, Direzione Business & Top Clients - Sales Nord Ovest, TIM
- 15:05 **Startup Contest – Fase finale**
  Presentazione di 2 startup in modalità elevator pitch e live voting
  - BSD Design – Human-Machine Interface e Interaction Design
  - Pikkart – Applicazioni di AR per il Marketing
- 15:20 **Storie di Innovazione**
  Matteo Gialdini, CEO di Hansgrohe
- 15:35 **Il supporto dei player per la Digital Transformation – Sopra Steria**
  Stefania Pompili, Direttore Generale Sopra Steria
- 15:40 **Startup Contest – Fase finale**
  Presentazione di 2 startup in modalità elevator pitch e live voting
  - Qurami – Mobile app per la gestione dei tempi di attesa
  - BeMyEye – Mistery Shop in Crowdsourcing
- 15:55 **Storie di Innovazione**
  Andrea Rodella, ITC Connected Services, CNH Industrial
- 16:10 **Il supporto dei player per la Digital Transformation – Var Group**
  Roberto Stefanelli, Innovation Manager, Var Group
- 16:15 **Startup Contest – Fase finale**
  Presentazione di 2 startup in modalità elevator pitch e live voting
  - Trustech – Nanotecnologie e nanosensori per il mondo industriale
  - Enerbrain – Energy Efficiency
- 16:30 *Coffee break*
- 17:10 **Storie di Innovazione**
  Mattia Noberasco, CEO di Noberasco
- 17:25 **Il supporto dei player per la Digital Transformation – RTT**
  Alberto Frazzini, COO & Business Development, RTT
- 17:30 **Startup Contest – Fase finale**
  Presentazione di 2 startup in modalità elevator pitch e live voting
  - Rulex – Predictive Analytics
  - SmartTrack – Sistemi IoT per la Work Safety
- 17:45 **Il ruolo delle Istituzioni**
  Vittorio Illengo, Vice Direttore DIH Piemonte
  Rappresentante del Politecnico di Torino
- 18:05 **Startup Contest – Fase finale**
  Presentazione di 2 startup in modalità elevator pitch e live voting
  - Wrebby – Content Management & Digital Marketing
  - Ranaway – HR Assessment & Employee Engagement
- 18:20 **L'opinione dei partner – Intervista a:**
  Claudio Broggio, Innovation Consultant, SAS
  Gaston Di Filippo, CTO, Betacom
  Massimiliano Piero Perelli, Resp. Delivery, Metisoft
- 18:30 **Chiusura dei lavori e annuncio delle startup vincitrici dell'evento nazionale**
  A seguire cocktail conviviale nel Foyer Toro per soci e ospiti

La partecipazione è GRATUITA

inclusi i momenti conviviali del welcome e coffee break offerti dal CDI Torino

ISCRIVITI!

Dal ASSI Bologna

ASSOCIAZIONE SPECIALISTI SISTEMI INFORMATIVI

Fatturazione Elettronica B2B, anche ASSI dice la sua

Di Enrico Parisini, consigliere dell'associazione ASSI

Tre argomenti, di cui due con scadenze ravvicinate, tengono banco in questo periodo negli ambienti informatici: **GDPR** (25 maggio), **Fatturazione elettronica** (1 gennaio 2019) e **Blockchain** (presumiamo che arriverà …).

ASSI, l'associazione bolognese che aderisce a FIDAInform, sempre attiva su tutte le problematiche dell'ICT, ha deciso di doversene occupare.

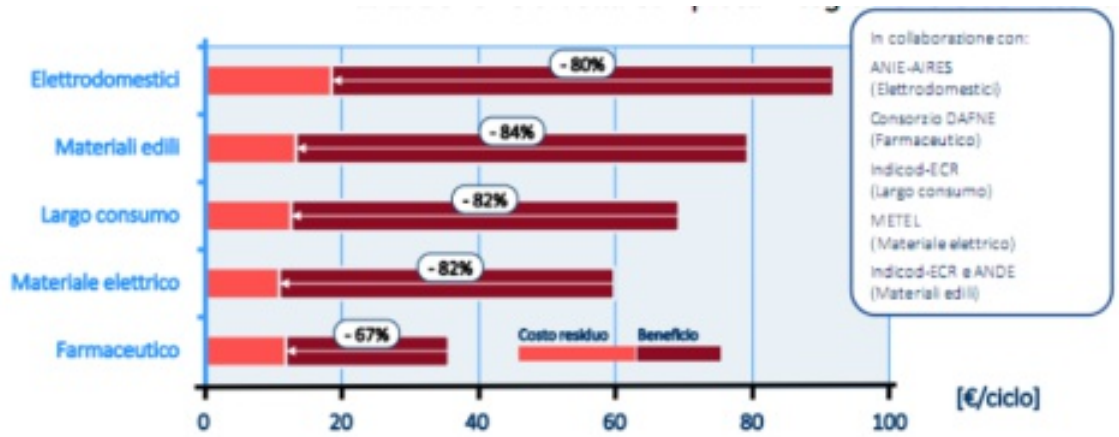
Sulla **GDPR**, è più di un anno che trattiamo il tema.

Sulla **Blockchain**, riscontriamo una certa difficoltà nel trovare i giusti relatori, ma stiamo lavorando per organizzare un evento a breve.

Di **Fatturazione elettronica** abbiamo parlato l'8 maggio scorso, in un bel convegno con oltre 60 partecipanti, e vi proponiamo, più che un dettaglio degli argomenti trattati, alcune considerazioni di sintesi che consideriamo importanti per comprendere cosa accade e perché il tema è di particolare rilievo.

La regia dell'evento è stata gestita da Paolo Catti, che se ne occupa da molti anni, in passato come responsabile dell'Osservatorio del Politecnico di Milano sulla fatturazione per la PA e ora in P4I Partner for Innovation. Sono intervenuti: Paolo De Caro e Mario Carmelo Piancaldini dell'Agenzia delle Entrate; Salvatore Stanziale del Ministero dell'Economia e Finanze; Robert Braga commercialista e componente del forum italiano per la fattura elettronica, per i risvolti fiscali; infine, una persona di casa, Elisa Bertocchi dell'Agenzia Intercent-ER, che per la Regione Emilia Romagna sta curato il ciclo telematico dell'ordine: "dalla gara alla fattura".

Paolo Catti ci ha ricordato come la Fatturazione elettronica porti un grande vantaggio per le singole aziende e per il sistema: se ad esempio una azienda del largo consumo emette 100.000 fatture all'anno (cui corrispondono ovviamente altrettanti cicli ordine-pagamento) il costo di una procedura gestionale tipica (con supporto del sistema informatico) è stimato in 6,5 M€. Se tutto il flusso fosse invece completamente informatizzato, il risparmio sarebbe di 5,3 M€. Una cifra veramente importante.



Per ottenere questi benefici, oggi occorre essere presenti in una delle filiere dove, per accordi tra i Partner, vengono utilizzate le procedure EDI supportate dagli standard di settore (EANCOM per il largo consumo, Odette per l'automotive, ecc…).

La fattura elettronica B2B obbligatoria toglie due criticità importanti in queste filiere:

a) il raggiungimento della massa critica: tutti partecipano;

b) il proliferare delle varianti allo standard in quanto tutti gli operatori, almeno sulla fattura, sono tenuti ad utilizzare lo stesso canale informatico (lo SDI) e lo stesso standard di messaggio (xml FatturaPA).

Per le filiere non ancora attive, il processo sarà "disruptive" perchè porterà un beneficio davvero importante, sempre che le aziende non intendano utilizzare la fattura XML-PA alla stregua di un PDF e tornino a registrare i documenti contabili alla vecchia maniera, come già oggi fanno.

I relatori dell'Agenzia delle Entrate hanno confermato che molti provider EDI sono certificati come intermediari SDI e che le aziende che operano in queste filiere non dovranno emettere-e registrare documenti diversi dagli attuali: dovranno solo conservare le XML-PA, perché queste sono le fatture "ufficiali".

Il relatore del MEF ci ha ricordato che l'Italia, una volta tanto, è apripista sulla fattura elettronica e che i Partner europei si preparano a seguirne l'esempio già nel 2019, togliendo grattacapi a tutte le aziende esportatrici che potranno utilizzare gli stessi meccanismi e processi anche per i mercati esteri.

I relatori, rispondendo alle molte domande dei partecipanti su dettagli formali che non risultano ancora chiari, hanno ricordato fra l'altro che il provvedimento fa parte del pacchetto di provvedimenti necessari per evitare gli aumenti dell'IVA, in quanto si prevede che la procedura possa permettere di recuperare un gettito significativo dalla evasione IIVA che in Italia, come sappiamo, ha numeri importanti; tant'è che la fattura elettronica sarà obbligatoria in Italia (non lo sarà in Europa) e per farlo è stata richiesta una deroga che varrà fino al 2021. Tutti i relatori ci hanno sottolineato il rilevante impegno richiesto alle strutture pubbliche, SOGEI in testa, perché gestire un numero di fatture stimato in **40 milioni al giorno** non è uno scherzo e tutto deve funzionare alla perfezione. La fattura PA prima, e la fattura per i carburanti da autotrazione dal primo luglio, sono gli apripista per il collaudo di una procedura che non può e non deve fallire.

La Dott.ssa Bertocchi ha descritto come attraverso la rete europea "Open PEPPOL" (PEPPOL, acronimo di Pan European Public Procurement On Line è un progetto comunitario) gestita direttamente dalla Commissione europea, si sia creato un circuito regionale per la dematerializzazione del ciclo degli acquisti, ottenendo importanti benefici sia economici sia procedurali: maggiore trasparenza e migliori tempistiche.

Ultimo, ma non per importanza, il Dr Braga, che in ragione della mancanza di tempo non ha tenuto una sua relazione, ma ha risposto puntualmente ad alcune domande riguardanti gli aspetti fiscali; dalla data di emissione del documento (che non cambia) alla data del pagamento, su cui punto ci sono ancora alcuni aspetti da chiarire.

Reputiamo obbligatorie alcune considerazioni a latere, per chi di mestiere si occupa di informatica e di organizzazione.

I benefici dell'automazione dei processi sono tanto più evidenti quanto più le modalità sono standardizzate e omogenee. Nel caso del ciclo dell'ordine, ad esempio, si dovrebbe poter diminuire il numero delle modalità con cui questo si attua. Spesso il ciclo elettronico è una modalità che si aggiunge a quelle più tradizionali, e questo non sempre produce gli effetti sperati, almeno fin quando non si raggiunge una soglia critica oltre la quale si determina il vero vantaggio; ed in questo, la fattura elettronica dà senza dubbio una spinta importante. Per chi esporta, rimane il fatto che il ciclo sull'estero mantiene le modalità precedenti, compreso l'obbligo della comunicazione: non ci togliamo lo "speso metro", anche se speriamo che questo strumento venga sostituito da qualcosa d'altro.

La fattura elettronica genererà anche una domanda importante di "intermediazione": non sarà possibile far partire tutti gli "aventi posizione IVA" in una stessa data, senza la presenza diffusa di intermediari certificati con lo SDI in grado di assicurare che gli xml FatturaPA inviati siano conformi e quindi accettati dallo SDI. Occorrerebbe una partenza graduale, già possibile, in forma parallela, in modo che i documenti vengano verificati per tempo e non si generi di nuovo l'ingorgo per troppi documenti respinti nel mese di gennaio (EDI docet).

La fattura è un documento che veicola un insieme di informazioni, oltre quelle di natura economico-fiscale, e vi sono ancora molti dettagli che devono essere chiariti e capiti tra i Partner commerciali: niente di trascendentale, ma i dettagli sono molti.

Al termine del convegno molte domande sono rimaste ancora senza risposta; ed ASSI ha pensato per questo di attivare un Forum Telematico per soci e simpatizzanti: un modo per consentire di fare domande e ricevere risposte dagli esperti. Speriamo di poterlo implementare presto.

Dal CDTI Roma

Minacce digital e social, ecco come le aziende possono proteggersi

Di Luca Maiocchi, Regional Sales Manager Italy, Proofpoint

Che la sicurezza cyber sia ormai una priorità per ogni organizzazione lo dicono i dati stessi. L'ultimo rapporto del Clusit (Associazione Italiana per la Sicurezza Informatica) evidenzia come gli attacchi informatici siano cresciuti su scala globale del 240% rispetto al 2011 e colpiscono sempre più settori cruciali come la Politica, la Finanza e i privati cittadini, che nel 2017 sono stati vittime di crimini informatici su larghissima scala. In Italia sono circa 10 Mld€ i danni causati dal crimine informatico, ogni 5 minuti un italiano è vittima del cyber crime, e le PMI sono spesso del tutto inconsapevoli dei rischi che corrono.

È quindi fondamentale assicurarsi che la propria azienda sia pronta a proteggersi contro le più recenti minacce digital e social. A tal fine sono molti i quesiti da porsi. A cosa è opportuno prestare particolare attenzione? Si è preparati in caso di una violazione dei canali social? Esiste un piano formale? Sono state individuate le persone in azienda con le quali coordinarsi in caso di incidente? Le policy e le procedure sono aggiornate?

Secondo i dati di Proofpoint, le quattro principali minacce digital e via social nel corso 2018 saranno:

- **Angler phishing** – ovvero risposte di customer care fraudolenti sui social media con le quali i criminali riescono a carpire da Clienti ignari credenziali quali username e password. Questa minaccia di social engineering continua a riscuotere successo, con un aumento del 70% dei link di phishing sui social media da aprile a giugno 2017 e un incremento del 200% di falsi account di supporto nell'ultimo anno.
- **Domain fraud** – ossia la registrazione di domini con nomi di brand contraffatti da parte di cyber criminali che in questo modo riescono a carpire username e password da Clienti inconsapevoli. Tra il 2016 e il 2017 c'è stato un aumento del 100% di domini di questo genere e un incremento del 200% dal primo al secondo trimestre del 2017 degli attacchi che hanno sfruttato questa strategia.
- **Monitoraggio dei profili** e della diffusione degli account social ai fini della compliance – si tratta di sfide legate al monitoraggio della presenza digital e al tracciamento di broker e consulenti che devono rispettare requisiti normativi sui social media. Esistono in media 10 profili social per brand, per lo più costituiti da account Twitter, Facebook e LinkedIn e sulla base dei dati relativi ai nostri Clienti abbiamo registrato circa 1.000 diversi cambiamenti di profilo all'anno da parte dei Clienti Proofpoint: 10 modifiche al giorno tra installazioni di nuove app, cambio dell'immagine del profilo, aggiunta e rimozione di amministratori dalle pagine e altro ancora.
- **Protezione di manager e dipendenti** – è fondamentale valutare e monitorare i rischi e la sicurezza dei manager sui social media e nel dark web. Ciò è diventato ancora più importante per la presenza sempre maggiore di spokesperson aziendali sui canali social e in seguito all'adozione di programmi di employee advocay da parte delle aziende.

Sei modi per prepararsi e proteggere la propria azienda contro queste minacce:

- **Esaminare e aggiornare governance e strategia di gestione dei rischi derivanti da digital e social**, inclusi policy, processi e programmi per far fronte in modo specifico al crescente numero e alle varie tipologie di minacce. Occorre disporre di un piano ben definito in tal senso, con ruoli e procedure precisi stabiliti a priori. È altresì necessario che tutto ciò venga comunicato in modo chiaro a tutti gli interessati in azienda.
- **Pensare a 360°**. Man mano che il numero e la tipologia di rischi continuano ad aumentare, la responsabilità della gestione dei rischi digital e social deve andare ben oltre il dipartimento IT. È necessario dare vita a una collaborazione efficace in tutta l'azienda. La pianificazione strategica, la governance e le procedure dovrebbero coinvolgere non solo CIO, CISO e altri membri chiave dell'Information Security, ma anche il team social, quello di comunicazione interna, il marketing, le PR, le risorse umane, in particolare nel caso di violazione di un profilo social di un dipendente.
  Sviluppare un approccio completo alla gestione del rischio per affrontare le nuove minacce provenienti da digital, social e mobile e collaborare e comunicare tra dipartimenti e funzioni è fondamentale per proteggere la propria organizzazione dai rischi emergenti.
- **Assicurarsi che le policy e la formazione sull'utilizzo dei social da parte dei dipendenti siano aggiornati** e prevedano istruzioni su come proteggere gli account aziendali e privati. È inoltre necessario fornire informazioni su come avvengono gli attacchi tramite social media – per esempio quelli di phishing - sulle best practice in tema di password e altro ancora, per proteggere al meglio gli account social. È altresì importante sviluppare programmi di comunicazione, formazione e abilitazione dei dipendenti per consentire loro di comprendere, identificare e gestire questi nuovi rischi. Fondamentale, infine, dare assoluta priorità alla formazione sui social media per i dipendenti, prevedendola inoltre nel processo di inserimento dei nuovi assunti.
- **Monitorare i social media** e assicurarsi che gli addetti al monitoraggio sappiano cosa controllare e conoscano piani e procedure in caso di attacco.
- **Reagire secondo procedura:** se si verifica una violazione di un profilo social, occorre inviare una richiesta di assistenza Clienti al canale social interessato per inoltrare la richiesta di supporto, chiedendo di eliminare tutti i messaggi non autorizzati e disabilitare temporaneamente l'account fino a quando non sarà di nuovo sotto il proprio controllo.
- **Collaborare con un Vendor tecnologico**. Tool e tecnologie sono in grado di proteggere proattivamente questi account e allertare nel caso di potenziali incidenti. La loro implementazione consente di identificare e gestire in modo proattivo gli attacchi avanzati condotti tramite e-mail, social media e app mobile.

Luca Maiocchi,
Regional Sales Manager Italy, Proofpoint

Seguendo questi suggerimenti e best practice le aziende possono farsi trovare pronte nel caso di eventuali attacchi, potendoli gestire in modo rapido ed efficace.

Dal ClubTI Milano

Che cosa può rendere conveniente a un'azienda privata che fornisce servizi online usare SPID per identificare i propri utenti

Milano, lunedì 11 giugno 2018, ore 16.00 - Assolombarda - Sala Erba - Via Pantano, 9

Il ClubTI di Milano invita gli amici del Club a partecipare ad un incontro su un tema di stretta attualità, dal titolo "Che cosa può rendere conveniente a un'azienda privata che fornisce servizi online usare SPID per identificare i propri utenti?".

Lo spunto di discussione viene anche dalla recente pubblicazione di un primo tariffario. A commentare i vari scenari di sviluppo di SPID saranno gli stessi protagonisti: gli Identity Provider, da un lato, e i potenziali loro clienti privati, dall'altro.
Viene anche segnalato che al termine dell'incontro si terrà l'annuale **Assemblea dei Soci del ClubTI**, che avrà luogo alle ore 18.00, come specificato nella **convocazione** a **questo link**

Per maggiori informazioni, visita il sito **http://www.clubtimilano.net**

IL CASO AZIENDALE

Come la Stampa 3D può fare la differenza in una PMI

Intervista alla dr.ssa Valeria Tirelli, titolare di AIDRO Hydraulics

di Luigi Bai e Giancarlo Magnaghi, Cherry Consulting

AIDRO Hydraulics, azienda specializzata in sistemi oleodinamici, ha introdotto la stampa 3D a fianco della produzione tradizionale, per realizzare soluzioni innovative e personalizzate.

La società del varesotto è stata fondata dall'Ing. Paolo Tirelli, esperto di oleodinamica, che negli anni '70 ha contribuito allo sviluppo in Italia di nuovi prodotti oleodinamici come elettrovalvole e valvole di controllo. Dopo un periodo presso una delle maggiori aziende italiane, nel 1982 l'Ing. Tirelli ha deciso di aprire una propria società e ha fondato AIDRO, una innovativa PMI nata proprio per sviluppare soluzioni oleodinamiche e che sin dai primi anni si è focalizzata sui mercati esteri, tanto che ancora oggi questi rappresentano il 90% del fatturato dell'azienda. La strategia di AIDRO è stata da sempre contraddistinta dalla grande attenzione alle esigenze del cliente, dalla professionalità e dalla disponibilità del suo supporto tecnico nel disegnare e realizzare soluzioni personalizzate, e dalla rapidità dei suoi tempi di risposta.

La sede di AIDRO a Taino

Nella moderna sede di Taino, una cittadina della provincia di Varese affacciata sul lago Maggiore tra Sesto Calende e Angera, oggi operano una quindicina di persone che si occupano di progettazione, controllo qualità, supporto pre e post vendita, assemblaggio e collaudo per i prodotti tradizionali e produzione additiva con stampanti 3D a metallo.

Alla guida di AIDRO c'è oggi la dott.ssa Valeria Tirelli, figlia del fondatore: una dinamica "bocconiana" con un'invidiabile competenza tecnica e con la passione per l'innovazione tecnologica, qualità che le hanno permesso di portare questa piccola azienda alla ribalta mondiale nel campo dell'oleodinamica, soprattutto grazie all'utilizzo evoluto della produzione additiva.

Valeria Tirelli, CEO di AIDRO

Abbiamo rivolto a Valeria Tirelli alcune domande, per capire come un'azienda così piccola si sia potuta affermare a livello mondiale, anticipando con i suoi prodotti stampati in 3D i colossi del settore.

Come vi è venuto in mente di utilizzare la stampa 3D?
Cinque anni fa abbiamo iniziato a interessarci alla stampa 3D delle materie plastiche, poiché avevamo la necessità di creare una serie di utensili e di supporti per i nostri macchinari e abbiamo acquistato le prime stampanti a filamenti Ultimaker, che utilizziamo tuttora per applicazioni di tooling. Abbiamo poi iniziato a produrre prototipi in plastica di componenti oleodinamici, cercando di sfruttare le nuove opportunità offerte da questa tecnologia per valutare nuove geometrie e ottimizzare l'impiego dei materiali.

Purtroppo però questi prototipi erano puramente concettuali ed estetici poiché era impossibile provarne il funzionamento in quanto le parti in plastica non erano in grado di resistere alle elevate pressioni (200-300 bar) a cui devono lavorare i nostri componenti, quindi abbiamo deciso di passare al metallo, in particolare alluminio e acciaio inossidabile.

Il settore "oleodinamico" o più in generale il Fluid Power, come viene chiamato in inglese, è un settore piuttosto convenzionale e molti prodotti sono simili da più di 50 anni; ovviamente sono stati migliorati, ma la forma e l'aspetto sono molto tradizionali. Nella stampa 3D abbiamo visto la giusta tecnologia per portare innovazione nel nostro settore, dove le aziende interessate all'additive manufacturing sono davvero poche. Siamo stati tra i primi a livello mondiale ad appassionarci a questa tecnologia, tanto che dopo una prima fase di ricerca e analisi, facendo prototipi e testandoli sui nostri banchi di collaudo, abbiamo deciso di creare un reparto interno all'azienda specializzato nella progettazione e stampa 3D, con personale e macchinari dedicati.

Come siete passati dalla prototipazione alla produzione?

Ribadisco che i nostri componenti devono lavorare a pressioni elevate, di conseguenza abbiamo bisogno di un'elevata densità del materiale, altrimenti l'olio trasuda dalle pareti. In base a questi presupposti abbiamo fatto una approfondita analisi tecnica per capire i risultati ottenibili con le varie tecnologie di stampa 3D e dopo un'accurata ricerca di mercato abbiamo verificato sul campo che la tecnologia più adatta per le nostre applicazioni è quella della fusione laser di polveri metalliche (SLM o DMLS).

Alla fine siamo rimasti affascinati dalle nuove possibilità offerte da questa tecnologia e abbiamo fatto il grande salto: l'acquisto di una macchina SLM per metalli e di tutti gli impianti connessi per la corretta gestione delle polveri. Abbiamo scelto una stampante EOS M290 di medie dimensioni, con un volume di lavoro di 250x250x300 mm, adatto produrre i nostri oggetti.

Contemporaneamente abbiamo creato un gruppo di progettazione specializzato nella stampa 3D, all'inizio con risorse interne e poi assumendo professionisti già esperti in questa materia. Stiamo inoltre collaborando con il Politecnico di Milano per analizzare le problematiche della resistenza a fatica dei componenti prodotti con la manifattura additiva, e verificare nel lungo periodo l'adesione degli strati sottoposti a vibrazioni e ad elevate pressioni.

La stampante EOS M290 di AIDRO

E' stato un passo coraggioso, e siamo una delle poche PMI che ha deciso di investire in modo così significativo nelle nuove tecnologie, mentre nel campo dell'oleodinamica siamo praticamente gli unici che propongono sul mercato prodotti stampati in 3D, piccole serie di componenti e soluzioni oleodinamiche in metallo personalizzate.

Quali sono le difficoltà che avete dovuto affrontare e come le avete superate?

Essendo "pionieri" nell'introdurre la stampa 3D nel nostro settore, all'inizio abbiamo fatto esperienza su noi stessi, prendendo esempio da altri settori, come l'aeronautica e il motor sport dove l'additive manufacturing è già sviluppato. Una volta acquisita un solida conoscenza della nuova tecnologia abbia iniziato a promuoverla tra le aziende del Fluid Power e abbiamo riscosso molto interesse, anche se la maggior parte delle aziende non conosce la produzione additiva e ci sono ancora molti pregiudizi riguardo alla qualità e al comportamento a lungo termine dei componenti prodotti con la stampa 3D.

Noi siamo molto più piccoli delle grandi multinazionali, ma siamo più flessibili e veloci, e grazie alle nostre competenze riusciamo a produrre componenti ottimizzati per applicazioni di nicchia, che spesso progettiamo insieme ai nostri clienti fornendo loro i servizi di consulenza del nostro "Solution Center".

Siamo riusciti a realizzare in tempi brevi prodotti innovativi, caratterizzati da nuove geometrie, con migliori performance e con significative riduzioni di ingombri e pesi, che ci hanno dato grande visibilità a livello mondiale e ci hanno spinto a modificare il nostro marchio da "AIDRO Hydraulics" a "AIDRO Hydraulics & 3D Printing".

Quando avete presentato i primi prodotti finiti prodotti con la stampa 3D?

Ad aprile 2017, nell'ambito della Hannover Messe, abbiamo presentato con grande successo i nostri primi prodotti stampati in 3D, più leggeri del 70% rispetto a quelli tradizionali. Ne hanno parlato tutte le riviste specializzate e questo ci ha permesso di aumentare il nostro parco clienti.

Quest'anno abbiamo vinto la "Design Challenge 2018 for additive World" indetta nell'ambito della sesta edizione della Additive World Conference di Eindhoven (Olanda). Il nostro manifold idraulico è stato premiato dalla giuria per la categoria "professional" mentre nella categoria degli istituti di ricerca e università ha vinto il prestigioso Fraunhofer Institute di Augsburg.

Che uso fate dei componenti stampati in 3D?

Realizziamo prototipi funzionali, piccole serie di prodotti speciali (valvole di bloccaggio, blocchi e collettori idraulici, scambiatori di calore acqua-olio ecc.) e relative parti di ricambio. Nell'ambito dei servizi di consulenza che forniamo ad alcune multinazionali che vogliono iniziare un percorso verso la produzione additiva studiamo e realizziamo per loro prodotti customizzati. Ad esempio abbiamo ri-progettato con tecniche DFAM (Design For Additive Manufacturing) e realizzato un componente per una power unit portatile per il mercato oil & gas, passando da 5 Kg a 1,3 Kg di peso, utilizzando il medesimo materiale di alluminio (75% di riduzione di peso) e riscuotendo anche negli Stati Uniti un notevole successo.

Abbiamo realizzato anche scambiatori di calore in alluminio, con riduzione dell'85% del peso a parità di proprietà termodinamiche, e stiamo pensando a nuovi "oggetti plurifunzionali", come scambiatori di calore integrati in centraline oleodinamiche. Le quantità prodotte arrivano a qualche centinaio di pezzi per i componenti più grandi, fino a qualche migliaio per quelli più piccoli.

Quali sono i principali utilizzi dei prodotti che commercializzate?

I nostri componenti sono utilizzati in macchine mobili come ruspe, trattori e moto-spazzole piuttosto che in impianti industriali. Tra i principali clienti abbiamo costruttori di macchine agricole, produttori di centraline e integratori di sistemi oleodinamici.

Ma molti altri utilizzi sono possibili. Ad esempio un nostro cliente cinese ha mostrato a ChinaPlast uno stampo in alluminio per bicchieri di plastica realizzato in stampa 3D con canali di raffreddamento a spirale molto efficienti che permettono, con un costo molto contenuto, di aumentare del 20-30% la produttività delle macchine che stampano la plastica.

Stiamo diffondendo la cultura della produzione additiva anche nel campo dell'oil&gas e della robotica, quando vengono richiesti componenti oleodinamici leggeri e compatti.

Quali materiali utilizzate?

Utilizziamo alluminio (quando sono necessarie durezza, resistenza ai carichi, buone proprietà termiche e leggerezza), acciaio inox (quando servono resistenza alla corrosione e buone proprietà meccaniche) e in alcuni casi acciai Maraging (quando serve un'elevata durezza superficiale e malleabilità). Se richiesto, utilizziamo anche titanio e inconel.

Quali software utilizzate per la progettazione?

Utilizziamo molti software di progettazione disponibili, come ad esempio Catia e Solidworks di Dassault, i programmi di Altair e Netfabb di Autodesk per l'ottimizzazione topologica e la simulazione, e Magics di Materialise per il calcolo dei supporti. La maggior parte dei prodotti software in commercio non è comunque sufficiente per soddisfare le nostre necessità, poiché abbiamo a che fare con componenti che devono resistere a pressioni di 200-300 bar (che arrivano in qualche caso anche a 700 bar), e oggi non esiste un software specializzato in grado di supportare un progettista oleodinamico nella progettazione per l'additive manufacturing, in quanto si tratta di un campo altamente interdisciplinare, che richiede approfondite conoscenze in diversi campi.

Che programmi avete per il futuro?

Intendiamo rimanere sempre all'avanguardia nelle tecniche di progettazione e produzione, e stiamo valutando l'opportunità di acquistare altre macchine additive dotate delle tecnologie più avanzate. Le competenze e la motivazione delle persone di AIDRO rimangono comunque i fattori determinanti per mantenere la nostra leadership di mercato.