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. 47 - Ottobre 2018

L'editoriale

ITALIA-MONDO

Esce la nuova classifica sulla competitività dei Paesi redatta dal World Economic Forum e l'Italia conferma la sua 31esima posizione anche nel 2018, non si smuove, né avanza rispetto allo scorso anno. Ma una novità c'è. La classifica prende in considerazione per la prima volta le tecnologie coinvolte nella trasformazione digitale delle aziende e misura la competitività in base a 98 parametri tra cui innovazione e resilienza, ribattezzando l'indice Global Competitiveness Index 4.0, con quel 4.0 a ricordarne il focus. E così ne usciamo meglio: per Innovazione siamo al 22esimo posto su 140 economie (anche se ben distaccati dalla capofila tedesca), mentre per Dinamismo Aziendale siamo ancora in posizioni di retroguardia, al 42esimo. Bene nella Salute (sesti), non male nelle Infrastrutture (21esimi, strade escluse).

Mentre siamo ancora in attesa di capire quanto il digitale entri a pieno titolo nei programmi governativi ("Sorge il dubbio che l'innovazione non sia in cima alle priorità del Governo" ha dichiarato Marco Gay, Presidente di Anitec-Assinform alla presentazione dei dati sul Digitale in Italia nei giorni scorsi), è evidente che questa incertezza incida sul rallentamento delle previsioni di crescita del mercato, ritoccate al ribasso: dal +2,6% al +2,3% stimando un giro d'affari di 70.286 milioni di euro per quest'anno. Insomma, in Italia si investe ma non tanto da coprire il gap con gli altri paesi (Wef), si cresce ma non abbastanza (Anitec-Assinform).

Intanto il mese di ottobre si è confermato ricco di momenti di networking, a partire da quel confronto diretto tra vendor e partner che si è tenuto a Barcellona (Canalys Channel Forum) che ha messo il dito nella piaga delle questioni aperte (programmi, riorganizzazioni, sovrapposizioni di ruoli) o quello Smau, da anni solo b2b, che a Milano ha parlato di startup e open innovation. Un tema caro anche a Red Hat comprata a sorpresa da IBM per 34 miliardi di dollari, mai tanti soldi spesi da IBM per acquisire nel software. Obiettivo crescere nel mondo del cloud di fascia enterprise, contro Amazon Web Services, Microsoft e Google. Ma questo si vedrà, da metà 2019.

Un mese per volta. ■

Wef, l'Italia non si smuove dal 31esimo posto

Nella classifica del World Economic Forum sulla competitività globale dei paesi, l'Italia non brilla. Ma nuovi parametri di misurazione in ottica Industry 4.0 premiano il nostro Paese per Innovazione (22esima su 140 economie), Salute, Infrastrutture. Mancanza di dinamicità nel business e di skill tra le maggiori criticità.

A PAGINA 10

Canalys - il rapporto vendor-partner

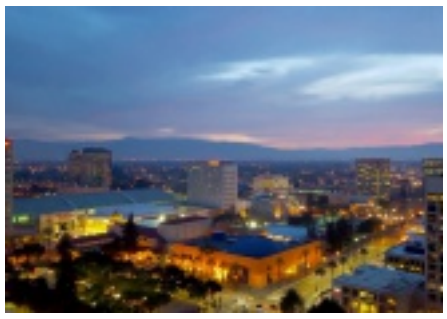
Canalys Channels Forum Emea 2018 ha radunato a Barcellona partner, vendor, distributori Msp, per trovare un equilibrio tra domanda e offerta. Nei dati, Microsoft guida la classifica dei vendor che fanno guadagnare di più i partner seguita da HP, Cisco, Dell Emc, Lenovo e HPE. Ma i partner temono che i vendor li scavallino con servizi gestiti e chiedono maggior chiarezza tra diretta e indiretta.

A PAGINA 6

Chiusa l'asta 5G, allo Stato oltre 6,5 miliardi di euro

Chiusa l'asta per le frequenze 5G avviata il 13 settembre. Una competizione agguerrita che porterà nelle casse dello Stato 6,5 miliardi di euro, una cifra di gran lunga sopra le aspettative. Tim, Vodafone, Iliad e Wind Tre gli operatori che investono di più.

A PAGINA 2



Nuovo polo tecnologico per Dimension Data

A PAGINA 7

Cresce in Italia il mercato dei data center: Data4 e Aruba

A PAGINA 4

Uber Works, il business si diversifica

A PAGINA 9

Lutech acquisisce CDM Tecnoconsulting
A PAGINA 3

I protagonisti di Cybertech Europe a Roma
A PAGINA 8

La nuova Fatturazione elettronica
A PAGINA 14

Notizie dai Club
A PAGINA 15

Notizie dall'Italia

Chiusa l'asta 5G, allo Stato 6,5 miliardi di euro

Si è chiusa la procedura per l'assegnazione dei diritti d'uso delle frequenze per lo sviluppo delle tecnologie 5G in Italia, avviata il 13 settembre sui criteri di gara definiti da Agcom e voluta dall'ex Ministro dello Sviluppo economico, Carlo Calenda. Una competizione vivace per non dire agguerrita, conclusasi in 14 giornate di rilanci competitivi e con 171 tornate.

Entreranno così nelle casse dello Stato, entro il 2022, oltre 6,5 miliardi di euro, una cifra che supera di gran lunga le aspettative, se si considerano i 2,5 miliardi ipotizzati come obiettivo finale nell'ultima legge di bilancio. L'introito ha difatti superato del 164% il valore delle offerte iniziali e del 130,5% la base d'asta.

Il valore totale delle offerte per le bande messe a gara ha raggiunto in particolare i 6.550.422.258 euro, superando di oltre 4 miliardi di euro il minimo fissato nella Legge di Bilancio.

Un passo avanti per l'Italia, che potrà proseguire il suo percorso di digitalizzazione e porsi come uno dei paesi più avanzati nella adozione della nuova tecnologia che nei prossimi anni consentirà la digitalizzazione di ampi settori economici, dai trasporti all'industria, all'agricoltura, alla cultura, alla scuola, alla sanità, al turismo, all'ambiente, garantendo ampi margini di crescita.

Gli operatori che più hanno puntato sulle frequenze risultano **Telecom Italia** e **Vodafone** con 2,4 miliardi di euro rispettivamente, i francesi di **Iliad** con 1,2 miliardi, **Wind Tre** con 516,5 milioni di euro e **Fastweb**, con un impegno più ridotto, pari a 32,6 milioni.

Carrier che sperano ora di capitalizzarne gli sforzi e chiedono una rapida efficacia delle procedure, come sottolinea **Aldo Bisio, Amministratore Delegato di Vodafone Italia**: "Sarà essenziale l'adozione di tutte le misure, a partire dalla semplificazione delle procedure autorizzative, volte a garantire la sostenibilità di tali investimenti".

"Proseguiremo nel nostro impegno per l'innovazione – commenta anche **Amos Genish, Amministratore Delegato di TIM** -. Intelligenza artificiale, realtà virtuale e aumentata, robotica sono i driver dell'innovazione del prossimo decennio, cui va aggiunta una rete di sensori, che saranno un trilione entro il 2025″.

La banda per le frequenze 700 MHz, quelle più importanti per la diffusione dei servizi IoT e la penetrazione della banda ultra larga anche nelle zone geograficamente meno coperte, che sarà disponibile dal 2022 perché dovrà prima essere liberata dai broadcaster, era stata assegnata nella prima tornata di asta, con 10 MHz a Iliad in un lotto riservato come remedy taker (per 676,5 milioni), mentre i rimanenti 20 sono stati spartiti fra Telecom Italia (680,2 milioni) e Vodafone Italia (683,2 milioni).

I lotti più ambiti, quelli della **banda 3700 MHz**, un blocco utile per sviluppare reti Internet mobili in banda ultralarga, hanno visto accendersi maggiormente la competizione e incrementare l'incasso. A valle della competizione, Telecom Italia si è aggiudicata il lotto specifico di 80 MHz per 1.694 milioni, Vodafone Italia il lotto generico di 80 MHz per 1.685 milioni, Wind 3 si è aggiudicata un lotto generico di 20 MHz per 483,9 milioni e Iliad Italia il secondo lotto generico di 20 MHz per 483,9 milioni.

I 5 lotti in banda 26 GHz sono stati aggiudicati, uno per ogni società, a Telecom Italiaper 33 milioni, Iliad Italia per 32,9 milioni, Fastweb 32,6 milioni, Wind 3 per 32,58 milioni e Vodafone Italia per 32,58 milioni.

A differenza della 700, e insieme invece a quella 26.5-27.5 GHz, le frequenze 3,6-3,8 GHz saranno disponibili da gennaio 2019. Per tutte e tre le bande messe a gara i diritti d'uso avranno durata fino al 2037.

Relativamente ai lotti 700 MHz SDL, non è stata fatta nessuna offerta ed è in corso una nuova fase di gara.

La nota del Ministero riporta infine che "Il lotto riservato ai nuovi entranti di 10 MHz in banda 700 MHz FDD è stato aggiudicato dal remedy taker Iliad Italia S.p.A. per 676.472.792 euro, mentre Vodafone S.p.A. si è aggiudicato 2 lotti generici in banda 700 MHz FDD, per un totale di 10 MHz alla cifra complessiva di 683.236.396 euro. I restanti 2 lotti generici in banda 700 MHz FDD, per un totale di 10 MHz, sono stati aggiudicati da Telecom Italia S.p.A. per un importo complessivo di 680.200.000 euro".

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

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

Carriere

Congratulazioni a...

- **Norman Bone** è Responsabilie della neo costituita Divisione Cyber Security di Leonardo
- **Fabio Bruschi** è Direttore Generale e Amministratore Delegato di Argus Security
- **Jacopo Bruni** è Marketing Manager di Praim
- **Enrico Caronti** è Territory Account Manager per la Network Infrastructure BU di Panduit Italia
- **Stefano D'Agostino** è Direttore della Business Unit Trend per l'Europa di Trend Control Systems
- **Lisa Dolcini** è Marketing Manager di Trend Micro Italia
- **Andrea Dossena** è Country Manager di Citrix Italia
- **Roberto Fasano** è Principal Business Consultant di Irion
- **Salvatore Marcis** è Technical Director di Trend Micro Italia
- **Luca Motta** è Value Channel Sales Manager di Epson Italia
- **Zoran Radumilo** è Managing Director Italia di Workday
- **Maurizio Ragusa** è Vice President Enterprise Solutions di Expert System
- **Carmine Stragapede** è Director Alliances di Workday

Retelit e Huawei: una nuova partnership all'insegna del multicloud

Retelit e Huawei avviano una nuova alleanza, una partnership che sfrutta da un lato i servizi di connettività, le infrastrutture di rete e i data center dell'azienda italiana, e dall'altro l'innovazione in ambito IT e cloud del gruppo cinese, a sostegno delle imprese nell'ottimizzazione degli investimenti infrastrutturali e nel processo verso la digitalizzazione.

Obiettivo dell'accordo tecnologico e commerciale – **annunciato** al Bou-Tek di Milano **da Federico Protto, Amministratore delegato di Retelit, e Thomas Miao, Ceo di Huawei Italia**,- è sfruttare al meglio le potenzialità del multicloud, mix di servizi di private, public cloud e connettività, che registra oggi in Italia un trend in costante crescita, confermato anche dalle ultime rilevazioni del Politecnico di Milano, che ne evidenzia un incremento del 10% nel 2017 anno su anno da parte delle grandi imprese, con un mercato potenziale valutato nel 2019 in oltre 820 milioni di euro.

"La nuova soluzione congiunta vuole offrire al cliente finale un servizio multicloud che gli consenta di usufruire di tutta l'offerta variegata che è oggi disponibile sul mercato, ma che a volte consente poca scalabilità nel tempo – spiga Federico Protto -. In un tessuto economico come quello italiano, dove le aziende faticano a stare al passo con i competitor mondiali, noi riusciamo a farlo grazie ad asset fondamentali (il gruppo conta ad oggi in Italia 15 data center e standard TIER 3, asset per le soluzioni di co-location, cloud e information security). La soluzione messa a punto con Huawei risponde alla nostra vision di ICT as a Service, quale elemento chiave del modello di business delle imprese che vogliono affrontare la Digital Transformation".

"Il digitale sta trasformando il mondo in cui viviamo – dichiara Thomas Miao -, dove tutte le cose tendono ormai ad essere intelligenti e connesse. Il futuro delle prossime generazioni sarà sempre più interconnesso con applicazioni verticali. E per rendere possibile questo non basteranno i device e la rete, ma serviranno anche e sempre più Artificial Intelligence e Cloud, una scelta inevitabile per la digitalizzazione del settore. Questo accordo rappresenta pertanto un passo avanti nel cammino verso la creazione di un forte ecosistema che renderà le aziende italiane più digitali ed efficienti e le città italiane più smart".

Con trent'anni di investimenti in ricerca e sviluppo, Huawei può contare su solide basi tecnologiche nei servizi cloud. Nei quasi 15 anni di presenza in Italia, il gruppo ha investito in modo consistente in key competence, ricerca e sviluppo. "Dal 2008, parliamo sempre più di collaborazione – spiega Miao – abbiamo aperto sul territorio italiano un centro di sviluppo e 5 Innovation Center, anche in collaborazione con la pubblica amministrazione e il mondo universitario. L'impegno è quello di continuare a investire in Italia, non solo in ricerca ma anche nella creazione di tecnologie più connesse e digitali".

L'offerta congiunta messa in campo è rappresentata da un'unica piattaforma che gestisce in logica end-to-end soluzioni di cloud ibride, che comprendono servizi cloud nei data center di Retelit, outsourcing tradizionale di infrastrutture, public cloud erogato da fornitori come Amazon Web Services e Microsoft, offrendo una vasta copertura dei modelli di erogazione dei servizi IT e flessibilità.

Con oltre 90 cloud service, la nuova offerta è composta da un lato le soluzioni cloud Huawei, basate su tecnologie come FusionServer, OceanStor

Storage hardware e FusionCloud software, sviluppato su OpenStack di cui Huawei è Platinum member, e dall'altro l'infrastruttura e le soluzioni di connettività di Retelit che, anche grazie all'implementazione dei servizi SD-WAN, favoriscono l'integrazione in ottica multicloud.

Per le aziende utilizzatrici, il vantaggio è la semplificazione della gestione delle infrastrutture e delle applicazioni IT, flussi di lavoro più agili attraverso un'infrastruttura scalabile, che consente integrazione e accessibilità delle risorse, migrazione delle applicazioni sul cloud, creazione di applicazioni cloud native, evitando rischi di vendor lock-in.

L'adozione del 5G in Italia, che consentirà negli anni futuri la digitalizzazione di ampi settori economici, aumenterà la capacità computazionale. La piattaforma di Huawei sarà un supporto abilitante per tutte le tecnologie innovative, come l'IoT, che possono consentire il lancio di servizi verticali come Connected Cars, Smart City, Industry 4.0, Remote Health, Surveillance, ecc…

Lutech acquisisce CDM Tecnoconsulting e cresce in competenze Industria 4.0

Non si arresta il percorso di espansione di **Lutech**, che realizza la sua settima operazione di acquisizione da inizio 2018, dopo quelle di – andando a ritroso – **Sinergetica, ICTeam, Telesio Systems, TEN, CST Tech, Nest2**.

Il gruppo è cresciuto in questi anni anche a livello europeo e supporta la trasformazione digitale delle aziende con competenze nei mercati verticali e soluzioni proprietarie in ambito fintech, IoT, eHealth, cybersecurity.

La nuova realtà che entra a far parte del gruppo è **CDM Tecnoconsulting**, azienda attiva nel settore Ict acquisita al 100% insieme alle sue società controllate, un organico complessivo di 300 dipendenti per un fatturato nell'ultimo bilancio di 55 milioni di euro.

Il Gruppo CDM – al suo attivo cinque società specializzate, tre italiane, una cinese e una spagnola – si focalizza sull'industria manifatturiera e sulle soluzioni di Product Lifecycle Management, IoT, ERP con un approccio strategico alla gestione delle informazioni e ai processi a supporto dell'intero ciclo di vita del prodotto. Il sostegno e le competenze dei partner vendor in questi mercati, sostengono i percorsi di internazionalizzazione dei clienti.

"L'acquisizione di CDM Tecnoconsulting è un ulteriore, fondamentale passo avanti nell'esecuzione del nostro piano di crescita – commenta **Tullio Pirovano, Ceo di Lutech Group**, – in quanto va a rafforzare e a completare l'offerta del gruppo per l'industria manifatturiera che deve affrontare il passaggio cruciale verso il paradigma dell'**Industry 4.0**. L'esperienza maturata da CDM nella realizzazione dei progetti per importanti clienti a livello nazionale e internazionale rappresenta un importante apporto in ottica di competitività per il gruppo Lutech grazie anche a un importante presidio strategico in Spagna e in Cina".

"Entriamo nel Gruppo Lutech – dichiara **Antonio Carta, Presidente di CDM** – con l'obiettivo di rafforzare la nostra specializzazione sui sistemi informativi delle aziende del mercato manifatturiero, punto sempre nodale e in continua evoluzione, dove CDM Tecnoconsulting continuerà ad operare in modo sempre più qualificato ed innovativo, potendo sfruttare le sinergie di gruppo che ci consentiranno nuove prospettive di crescita".

"Continueremo a supportare le aziende – afferma **Antonio Riso, Amministratore Delegato di CDM** – garantendo innovazione ai nostri clienti grazie a soluzioni innovative per lo sviluppo del prodotto, progetti PLM con approccio strategico all'integrazione dei dati di prodotto, di produzione e di mercato, con la competenza e l'esperienza che ci hanno sempre caratterizzato e con approcci innovativi derivanti da sperimentazioni sulle soluzioni Business Analytics e Artificial Intelligence".

Cresce in Italia il mercato dei data center

DATA4 investe sul quarto data center a Cornaredo

In Italia, la francese DATA4 conferma l'investimento per il quarto data center a Cornaredo, con la stessa logica dei data center di Parigi e Lussemburgo. "Gestione semplificata, visibilità in tempo reale e agilità nell'orientare le risorse IT e gli obiettivi di business sono i parametri degli smart datacenter" sintetizza **Olivier Michel, Ceo di DATA4**, a Milano per presentare ai clienti il quarto data center di livello Tier 4, che coprirà un'area di 2000 metri quadri, offrendo fino a 3MW di potenza IT. "Un data center modulare e allineato ai criteri di sostenibilità ambientale del gruppo europeo con efficienza energetica confermati da un valore PUE (Power User Effectiveness) prossimo a 1", precisa il Ceo.

Forte dei risultati 2017 raggiunti dalla filiale italiana (+63% di crescita di fatturato rispetto al 2016) **Davide Suppia, Country Manager** di DATA4 **Italia**, parla di un investimento che dai 140 miliardi di euro ad oggi (per la costruzione dei 3 data center attivi e del quarto in corso) salirà a 250 milioni di euro nell'arco di dieci anni, con la realizzazione complessivamente di 10 building sull'area di 10 ettari. "Siamo in grado di costruire un data center in sette mesi, di tier 4, con connettività elevata – precisa Suppia -. Perché questo è il nostro mestiere: costruire data center di alto livello da zero. Anche sull'area di Cornaredo, dove avevamo rilevato le strutture di Italtel, abbiamo smantellato il tutto per costruire secondo i nostri standard, sin dalla prima pietra".

"Il nostro modello è uguale ovunque operiamo – precisa Micheli -: DATA4 progetta, finanzia e realizza in toto i proprio data center, dall'inizio alla fine, con quattro partner storici e li replica, nel medesimo formato, in tutta Europa. Prossima anche l'inaugurazione del data center di Madrid, con un piano di sviluppo che vede allargare la presenza anche in Spagna, finora non presidiata. Crediamo molto nelle potenzialità di business nel Sud Europa, e lo crede anche il fondo AXA Group che ha rilevato l'azienda, finanziando la nostra crescita".

Il quarto data center a Cornaredo, certificato ISO 9001 e 27001, testimonia come il mercato italiano sia estremamente dinamico in termini di colocation e hosting delle infrastrutture IT, considerando che gli spazi IT disponibili dei primi tre siti sono stati quasi tutti allocati. "Uno dei data center è completamente occupato da IBM, e gli altri sono allocati a una pletora ampia di clienti diversi – precisa Suppia -. Tra questi anche Var Group che utilizza il nostro sito per replicare parte del data center in centro Italia a supporto dei clienti. E la conferma del piano di investimenti di DATA4 per il nostro Paese, con la costruzione di altri building, non potrà che consolidare il nostro posizionamento. E la scelta di stare a Milano è per molti clienti vantaggiosa rispetto a chi è dislocato in periferia".

In Italia il modello per raggiungere il cliente finale si avvale di partner che erogano servizi alle aziende e che spingono il cliente a cogliere gli aspetti intelligenti del data center. A loro compete circa il 65% del business, mentre il restante viene raccolto in modo diretto dal team di DATA4, composto da una decina persone negli uffici di Cornaredo. "Ormai i data center sono parte delle infrastrutture e devono avere un assetto dinamico ed operare a fisarmonica per rispondere a picchi o a cali di richieste. Oggi abbiamo due tipologie di utenti che richiedono queste componenti: i large cloud provider e le aziende end user che devono scalare le loro richieste" precisa Suppia.

I clienti vogliono migliorare l'erogazione dei servizi, efficientare i costi, evitare il downtime, essere conformi alle normative e avere visibilità e trasparenza sui kpi. "Processi che dal nostro punto di vista possono essere gestiti attraverso un Data Center Smart che garantisca meno rischi, la compliance, la gestione e le performance delle applicazioni" precisa **Jerome Totel, VP Sales Engineering & Product Development**.

Nello specifico D4 Smart Datacenter è una soluzione integrata, basata su soluzioni DCIM 2.0, che consente una visibilità in tempo reale delle infrastrutture data center & IT in colocation, permettendone una gestione proattiva. Fruibile sia che si utilizzi un singolo rack o una room dedicata, D4 Smart Datacenter mette a disposizione attraverso un portale web le informazioni: visibilità end-to-end 24×7 sul funzionamento dell'infrastruttura (migliorando i tempi di risposta e prevenendo potenziali criticità), prestazioni, gestione delle infrastrutture, conformità ai criteri di Corporate Social Responsibility. È disponibile in due bundle, con la soluzione D4 Infrastructure DCIM e in modalità as a service, D4 DCIM-aaS. "La soluzione DCIM 2.0 conferisce una visibilità accresciuta delle risorse in tempo reale e una nuova agilità per facilitare le decisioni strategiche" pecisa Totel. E conclude con una battuta: "Il nostro desiderata sarebbe quello di virtualizzare tutte le componenti del data center, fino al muro, in modo intelligente".

Aruba, al via due nuovi data center nella struttura di Bergamo

È trascorso un anno dall'apertura del Global Cloud Data Center di Ponte San Pietro, in provincia di Bergamo, e Aruba tira le somme sui progressi fatti sino ad oggi.

All'interno di quello che per il gruppo è il più grande data center campus d'Italia – un complesso innovativo di oltre 200.000 m² – la prima struttura è stata quasi totalmente opzionata. Si tratta del Data Center A (DC-A), che sorge su un'area di 17.500 m² ed una superficie netta di sale dati di 10.000 m² con 10 sale date indipendenti. Il gruppo può pertanto ora partire con la costruzione di due nuovi data center con l'obiettivo di triplicare la capacità disponibile.

"In 284 giorni lavorativi abbiamo realizzato una struttura completamente ecologica e dotata delle più moderne tecnologie – commenta **Stefano Cecconi, Amministratore Delegato di Aruba**-. Il 22 agosto 2016 è la data che ha segnato l'inizio del progetto di riqualificazione dell'area che ospitava gli stabilimenti Legler. Oggi siamo riusciti a realizzare una struttura completamente ecologica e dotata delle più moderne tecnologie. In un anno abbiamo ricevuto prenotazioni che contavamo di raggiungere nel corso di tre anni. Questi risultati non possono che portarci ad impegnarci ancora di più, senza fermarci".

Il primo anno di lavori ha visto la collaborazione di Aruba con grandi aziende e PMI di settori trasversali che vanno dalla logistica, all'automotive, all'elettronica, al software, ai servizi e all'industria, comprese realtà appartenenti alla pubblica amministrazione e società straniere.

Queste imprese si sono affidate al Global Cloud Data Center per servizi di colocation per lo sviluppo di soluzioni personalizzate, anche con l'obiettivo di espandere le loro infrastrutture in futuro.

Al fianco alle realtà che sono entrate in gioco avviando nuovi accordi, si sono rafforzate le partnership storiche, che hanno contribuito a sostenere il livello tecnologico del Data Center – come Dell EMC, Intel, NetApp, Cisco, VMware, Veeam, Zerto – e a livello di soluzioni infrastrutturali – come Honeywell, Fiamm – Hitachi, Sunpower, Socomec, Stulz, e non solo.

In particolare, l'accordo con MiX (Milan Internet eXchange) ha visto la nascita di nuove interconnessioni peering tra le reti tramite l'attivazione di un Point of Presenceall'interno di Global Cloud Data Center, grazie ad apparati collegati a Milano in doppia via in fibra, con l'obiettivo di facilitare lo scambio di traffico con altri carrier nazionali ed internazionali.

Nella progettazione del data center, l'obiettivo è garantire massima efficienza energetica, ma altrettanta importanza riveste il tema della sicurezza, che deve rispettare i massimi standard.

In un contesto così delicato, il gruppo continua quindi ad investire in quest'ambito; tra le Certificazioni dei Data Center, la ISO 27001 garantisce affidabilità nella gestione dei dati e delle informazioni aziendali, la ISO 9001 supporta il miglioramento dei processi e della gestione organizzativa, e la ISO 14001 rappresenta l'impegno dell'azienda in vari aspetti aziendali per perseguire obiettivi di sostenibilità ambientale. A queste si aggiunge il rispetto degli standard di resilienza previsti dal Rating 4 della ANSI TIA 942, che classifica i data center come infrastrutture in grado di evitare interruzioni dei servizi grazie agli elevati livelli di ridondanza degli impianti.

L'impatto sull'ambiente è altresì di fondamentale importanza. L'impianto di raffreddamento geotermico ad alta efficienza e l'alimentazione da energia proveniente da fonti rinnovabili – di origine certificata GO (Garanzia d'Origine) – insieme alla centrale elettrica e agli impianti fotovoltaici di proprietà – fanno del campus tecnologico un modello sostenibile di data center. L'obiettivo è minimizzare l'impatto sull'ambiente e assicurare la massima qualità dei servizi.

Sirti, progetto interno a firma Lenovo-SAP

Anche per Sirti la trasformazione digitale è partita da casa propria, per tempo, ancora prima che il nuovo management e il nuovo piano industriale fossero annunciati la scorsa primavera. Lo sforzo per definirsi "player innovativo, che non guarda più alle sole infrastrutture ma a tutte le dinamiche di business" inizia di fatto due anni fa in seno al team digitale, con un progetto che **Vincenzo De Lisi, Chief Information Officer di Sirti**, ha messo a punto insieme a Lenovo e Sap. Un progetto – che sposa la strategia di Sirti Goes Digital – che vede coinvolta l'azienda a 360 gradi.

"Come Cio ho dovuto orchestrare il cambiamento aziendale ma con una fortissima collaborazione con l'HR manager perché era richiesto un cambiamento di cultura e di competenze – precisa De Lisi -. La velocità della tecnologia è tale che il Cio deve aiutare le aziende a rimanere vive e aggiornate, lo stesso vale per Sirti, dove si sta lavorando per allineare le strutture e l'IT agli obiettivi strategici".

Il progetto di Sirti di Intelligent Transformation, dal nome Blue Project, adotta tecnologia SAP S/4HANA su appliance Lenovo ThinkSystem per dar vita a un nuovo modello operativo per tutti i rami d'azienda e per tutte le sedi, in Italia, Europa, Medio Oriente. "Blue Project è nato con tre obiettivi – precisa De Lisi -. Migliorare la governance e il controllo, incrementare l'efficienza operativa, implementare processi standard attraverso l'intera azienda. Di fondo, rendere coerenti a un unico modello tutte le articolazioni aziendali, compresi processi, persone e tecnologie".

La infrastruttura tecnologica di Sirti adottava diverse soluzioni proprietarie derivanti da 20 anni di storia digitale, che poggiavano su diverse architetture con oltre 300 applicazioni, frenando l'introduzione dei nuovi processi e modelli operativi.

Una prima fase del progetto è già conclusa (il ridisegno dei processi core di Sirti) mentre una seconda parte più implementativa è in corso e sarà completata nei prossimi mesi. Quest'ultima si concentrerà su una migliore gestione di tutti gli aspetti del business:controllo di gestione, costi e tariffe, analisi delle varianze, gestione integrata della pianificazione operativa, logistica e acquisti. "La trasformazione digitale riguarda tutto il business – precisa il Cio – basta vedere che in media il 53% dei progetti viene spesso guidato dalla parte IT nelle aziende con il restante 47% del business che segue". Oggi l'utilizzo delle appliance Lenovo ThinkSystem permette di avere un sistema scalabile, mentre l'utilizzo di database in-memory di SAP snellisce molte analisi dei dati che venivano effettuate sul datawarehouse.

"L'obiettivo del progetto Sirti era di definire la governance, l'efficienza operativa, l'efficienza organizzativa – aggiunge **Matteo Losi, Innovation Director, SAP South EMEA** -. Un cambiamento che ha portato a cambi di modelli operativi, a un impatto sulle persone e sulla tecnologia. La visione di impresa intelligente di Sirti ricalca anche la nostra, da Run Simple a Intelligent Enterprise, dove il tema della semplificazione in real time e dei modelli data driven è per l'azienda il fondamento della trasformazione".

"Abbiamo lavorato molto sulla definizione del processo e sulla cooperazione che porterà a chiudere il progetto nei corso del 2019 – dichiara **Alessandro de Bartolo, Country General Manager di Lenovo Data Center Group per l'Italia** -. La scelta di Sirti può essere inquadrata nel contesto delle esperienze maturate da Lenovo nel supportare numerose implementazioni della soluzione SAP S/4HANA nel corso degli ultimi anni". La stessa SAP utilizza Lenovo ThinkSystem per sviluppare la tecnologia SAP HANA, oltre che per la sua erogazione via cloud dai propri Data Center.

"A metà 2019 avremo cancellato il legacy – conclude De Lisi -, lasciandolo attivo solo per un 20% del business riguardante applicazioni minori, ma potremo dire di avere rifatto la macchina".

La Valle d'Aosta protegge la navigazione con Forcepoint

La sicurezza della rete è oggi una priorità oltre che una necessità per tutte le aziende. Il numero di attacchi informatici è infatti in continuo aumento, insieme al loro grado di pericolosità, come dimostrano i recenti cyberattack di tipo ransomware, in grado di mettere in ginocchio intere strutture.

Una problematica che tocca tutte le aziende private, ma ancor più le amministrazioni pubbliche, spesso rappresentate da strutture di grandi dimensioni, articolate e distribuite sul territorio, dove il personale interagisce quotidianamente con dati critici e riservati.

Incarna una di queste realtà la Valle d'Aosta, Regione a Statuto speciale e più piccola regione italiana, ma dotata di una struttura amministrativa articolata, che impiega circa 2.500 persone e alla quale fanno capo attività come la Prefettura, il Corpo Forestale e i Vigili del Fuoco.

Per gestire l'intera rete amministrativa, la Regione necessitava di un presidio sulla sicurezza della navigazione e la definizione di modalità e policy in tema di privacy che preservassero anche le esigenze operative delle persone impiegate all'interno.

L'ente pubblico ha pertanto avviato una collaborazione con Forcepoint, le cui soluzioni implementate hanno consentito di ottimizzare l'utilizzo della banda ed impiegare meglio le risorse IT disponibili.

Il percorso innovativo è iniziato alcuni anni fa, quando la Regione ha deciso di sostituire la preesistente soluzione hardware, proprio per poter integrare anche la componente di web protection, come spiega **David Santi, Responsabile dell'ufficio Architetture e Postazioni IT della Regione Valle D'Aosta**: "Inizialmente, è stata recepita l'esigenza avanzata dall'ufficio del personale che voleva da un lato ottimizzare l'utilizzo della banda disponibile e dall'altro applicare differenti policy di navigazione a seconda della tipologia di utenti o gruppi interni all'Amministrazione".

Per il dipartimento IT era fondamentale un approccio alla security human-centric, per consentire ai dipendenti di Regione ed enti connessi di poter svolgere il proprio lavoro senza impedimenti.

Il cambiamento, supportato dalla condivisione di intenti di diverse componenti della struttura regionale, ha quindi coinvolto non solo il contesto informatico, ma anche l'area del personale, l'ufficio legale e il management ai più alti livelli.

La soluzione individuata dall'ente pubblico per fra fronte alle proprie complesse necessità è stata **Forcepoint Web Security**: "In prima battuta, ha convinto il posizionamento del fornitore fra i protagonisti nel quadrante magico di Gartner e l'esperienza nel settore – dichiara Santi – ma determinante per la scelta è stato anche il proof of concept che è stato possibile allestire e che ha dato esito positivo".

Regione Valle d'Aosta e Forcepoint collaborano oggi attivamente per realizzare periodici report nei quali vengono analizzati il lavoro svolto e i benefici ottenuti anche nella prevenzione su determinate tipologie di attacchi, come per esempio quelli di tipo ransomware: "Nel corso di queste occasioni di verifica, abbiamo potuto constatare come oltre il 50% del nostro traffico venga oggi generato dai siti Https – rileva Santi – di fondamentale importanza è stato quindi adottare una soluzione in grado di proteggere la navigazione anche su questo protocollo".

Utilizzando Forcepoint Web Security, l'ente regionale ha potuto evitare di acquistare nuova potenza di banda, essendo riuscita a ottimizzare quella esistente. A questo si è aggiunto un tangibile aumento di produttività dei dipendenti, legato a una maggiore razionalizzazione della navigazione, in quanto la nuova soluzione consente l'applicazione di policy, senza costringere l'ente a bloccare l'accesso a tutti con modalità on-off.

A Canalys il confronto vendor-partner

L'undicesima edizione di Canalys Channels Forum Emea 2018, ha radunato a Barcellona un migliaio di persone tra partner, vendor, distributori, managed service provider, per trovare un equilibrio tra domanda e offerta, tra vendor e partner. Perché in questo gioco, la relazione messa sotto la lente di ingrandimento non è quella con l'utente finale ma è quella al gradino precedente, tra chi sviluppa nuove tecnologie e chi ha la capacità di portarle sul mercato. Il go-to-market.

Il modello della due giorni funziona da 11 anni, ma viene via via integrato: da una parte i vendor danno indicazioni al canale di come i partner potrebbero migliorare le loro attività, dall'altra i partner criticano i vendor e suggeriscono migliorie, molte delle quali raccolte da Canalys nel corso dell'anno, che alzano richieste di cooperazione, protezione degli investimenti, coerenza, piani di sviluppo. Da sempre un tira e molla.

Independent Intelligence era il titolo dell'edizione di quest'anno. "Di cosa stiamo parlando? – esordisce **Rachel Lashford, VP Marketing di Canalys** -. Dell'intelligenza della nostra community, cercando di cogliere le opportunità che derivano dalle tecnologie. Da questa intelligenza condivisa nasceranno nuovi business, dall'insieme di opinioni indipendenti scaturiranno nuove idee, nuove attività". Indispensabili per l'ecosistema.

"Tutti voi andate a molte conferenze di tecnologia proposte dai vendor e ascoltate praticamente le stesse cose. E in un certo senso noi siamo obbligati a ricalcarne la traccia, perché altrimenti sembrerebbe che non sappiamo cosa avviene nel settore" scherza **Steve Brazier, Presidente e Ceo di Canalys** davanti ai partner in plenaria, citando le tecnologie sulle quale i partner devono puntare, storage flash, networking wireless, infrastruttura hyper-converged, software as a service, IoT, sensori, sicurezza gestita e cloud. "Tutte tematiche in forte crescita".

"Tanto on premise computing abbiamo visto quest'anno – continua Brazier – e, anche se si parla della forte crescita del cloud pubblico, questo rimane un piccolo mercato. Abbiamo bisogno di più infrastrutture, anche perché i dati verranno sempre più gestiti in periferia, nell'edge". La strada tracciata è quella del multi cloud, dove il cloud ibrido rappresenta la scelta delle aziende che tengono alcune applicazioni in cloud pubblico e altre in cloud privati, alla ricerca di soluzioni per fare dialogare i due mondi in modo efficiente. Una sfida che si accompagna anche a quella delle competenze dei partner e della loro capacità di gestire servizi. "Abbiamo bisogno di più ragazzi che studiano informatica, il cui numero è rimasto invariato rispetto a dieci anni fa, un numero che deve crescere".

Per la prima volta Brazier attribuisce un ruolo di innovatore all'Europa diventata "un mercato trainante per l'IT, grazie al GDPR" che ha fatto "finalmente" innovazione nel Vecchio Continente, creando nuovi business per i partner e contribuendo a portare un po' di standardizzazione sul tema della privacy dei dati in tutto il mondo. "Già in California hanno lanciato una legge sulla privacy e anche in Cina stanno discutendo su come portare sul mercato qualcosa come il GDPR" precisa.

Ma il canale sta vivendo un certo fastidio, dato dalla sovrapposizione con aziende che offrono servizi professionali. "Se si guardano alle Deloitte, alle Accenture o alle Atos, la sovrapposizione è evidente con i partner tradizionali, perché lavorano cercando di compensare la mancanza di competenze, acquisendo a loro volta piccole realtà specializzate in sicurezza, IoT, nell'analisi, nel cloud. Sono due mondi in competizione, che crescono a suon di acquisizioni in aree nuove. Quello che guida questo trend èl'orientamento generale verso i servizi gestiti che creano relazioni più profonde con i clienti, rispetto all'acquisto e alla vendita di soluzioni, perché costruiscono relazioni più stabili".

Da sempre divisi tra l'essere in conflitto o alleati, i vendor dettano strategie che il canale critica. La capacità di ascolto reciproco non sempre è fluida. Ecco un battibecco che rende l'idea di una dialettica in corso.

I vendor chiedono ai partner estrema fedeltà, il canale chiede ai vendor di smetterla di vendere direttamente servizi, che competono con la parte più redditizia della loro attività.

I vendor sostengono di dare strumenti utili ed efficaci ai partner, il canale ribatte che sono le persone a fare la differenza e che sostituire le persone con strumenti e processi non funzionerà.

I vendor affermano che hanno un programma di canale rinnovato, sempre più forte, "che il partner non potrà che amare", i partner considerano i programmi spesso un fastidio più che un piacere, "perché se si lavora con sette aziende diverse, seguendo sette programmi diversi, con requisiti sempre più stringenti, difficile è gestire la complessità. Inoltre i vendor sono felici all'annuncio di ogni nuovo programma, i partner odiano quando i programmi vengono cambiati".

Se si guardano in dettaglio i sei principali vendor che pesano maggiormente sul fatturato del canale, la classifica (da una ricerca Canalys) vede Microsoft in testa che contribuisce per l'11%, seguita da HP (8%), Cisco (7%), Dell Emc (6%), Lenovo(4%), HPE (4%). "Strategie diverse hanno portato la storica HP a essere divisa in due, ma le due parti HP e HPE sarebbero insieme la più grande fonte di fatturato per il canale – puntualizza Brazier -. D'altro canto Dell Emc non sarebbe stata presente in questa classifica cinque anni fa, se le due aziende avessero continuato ad essere separate, senza oltretutto contare l'apporto di VMware" analizza Brazier che ha raccolto feedback dai partner ogni trimestre per stilare le richieste ai vendor.

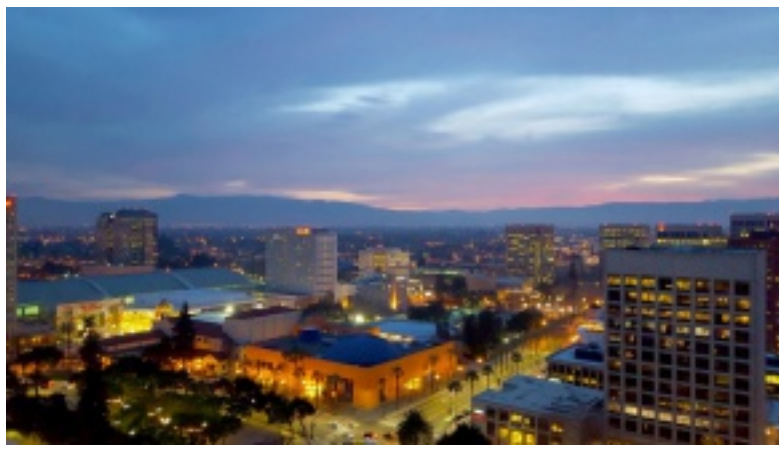
Ecco cosa dicono. Di **Microsoft**: cambia il programma troppo spesso, ogni agosto, e questo non facilita il lavoro. "La stabilità del programma renderebbe la vita più facile a tutti". Di **HP**: nonostante stia operando bene, crea nervosismo la strategia di go-to-market per la stampa in A3 e la vendita diretta alle aziende di fascia enterprise esiliando un po' il canale in questa categoria ("Abbiamo bisogno di una chiara spiegazione di cosa sarà il programma di canale per i prodotti in A3"). Di **Cisco**: riposizionare il marchio è la più grande sfida correlata al canale di Cisco, dopo lo spostamento dall'hardware al software che ha penalizzato le certificazioni del programma Cisco Certified Internetwork Expert (CCIE). Di **Dell Emc**: ridurre il numero di conflitti tra le due anime dell'azienda, tra il business diretto e quello indiretto. Di **Lenovo**: strumenti di canale sorpassati legati all'eredità di **IBM**, la sfida è migliorarli per prendere decisioni più velocemente. Di **HPE**: la grande riorganizzazione dello scorso anno ha impattato e non avendo più l'offerta pc e i volumi di Lenovo e Dell, non è così competitiva nei server di fascia bassa sull'offerta a valore. "Il brand HPE è troppo intellettuale, è un brand debole, da rafforzare, che valorizzi anche il gioiello di casa, Aruba, sotto attacco".

Il business del canale nella prima meta del 2018 è cresciuto dell'11%, soprattutto grazie ai servizi gestiti e ai business legati a sicurezza, IoT, Windows 10, Office 365, e digital transformation. Se si guarda la crescita dei distributori, invece, questa è stata pari al 6% grazie a listini sempre più ricchi, ai pc che in volume sono cresciuti, a smartphone, soluzioni cloud e sicurezza. Ma Canalys prevede che i prossimi 12 mesi saranno molto più difficili per i partner, che avranno una crescita media inferiore al 5%."C'è una guerra commerciale in corso e il dollaro è forte, i prezzi del petrolio stanno salendo, Intel è a corto di prodotti, il prezzo della memoria è in calo e il prezzo generale dei prodotti per computer dovrebbe rimanere stabile. La domanda è forte al momento. Speriamo di sbagliarci, ma siamo nervosi per l'economia nei prossimi 12 mesi".

I margini si faranno sempre più nel mondo dei servizi, che genera grandi profitti e che spinge i partner a trasformarsi in managed service provider e accrescere le competenze sulle nuove tecnologie, Intelligenza Artificiale, IoT, gestione di dati. Il riferimento va ai modelli di business nuovi che aziende com Amazon e Apple hanno messo in piedi e che funzionano: Apple con i servizi guadagna 9,5 miliardi di dollari ogni trimestre,Amazon ne ricava 2,2 miliardi dalla pubblicità.

Di incertezze ne rimangono: la politica dei dazi tra Usa e Cina o i contrasti tra UK e Russia possono portare benefici all'Europa "che sta nel mezzo", le critiche dei Ceo delle grandi multinazionali sulle politica di Trump dettano nuove strategie anche nei consumatori, gli atteggiamenti delle grandi di Internet come Facebook e Google sui temi di gestione dei dati e della pravicy condizionano gli utenti, la nuova piattaforma btob Amazon Business arriverà ad essere presente in 10 paesi entro il 2019. Al momento Amazon Business è stato lanciato in cinque paesi (Uk, Germania, Francia, Italia e Spagna) e ha toccato 10 miliardi di dollari di venduto, "una minaccia a cui il canale dovrebbe prestare attenzione" sostiene Brazier. Non mancheranno, secondo il Ceo, i processi di concentrazione tra i partner nei prossimi dodici mesi. Ecosistema di tecnologie e competenze, intelligenze condivise.

Dimension Data, in Silicon Valley una finestra sul lavoro



Mettere al servizio delle aziende un nuovo spazio di sperimentazione delle tecnologie, per accompagnarle in concreto nei processi di digitali transformation.

Investe in questa direzione il gruppo Dimension Data che inaugura un nuovo polo tecnologico innovativo nella Silicon Valley.

Si tratta del Digital Workplace Center of Excellence, che sorge all'interno dell'NTT Global Innovation Center. Un ambiente aperto per chi vuole confrontarsi sui temi del digitale ed esplorare le più recenti innovazioni che stanno trasformando il business.

Il centro di eccellenza mette a fattor comune un mix di tecnologie voce, video, end-user computing, mobility e sicurezza, per favorire l'innovazione attraverso nuovi modelli e processi, grazie ai prodotti e servizi integrati di alcuni tra i principali partner tecnologici.

Nel nuovo workspace del gruppo sudafricano convivono infatti le tecnologie avanzate come gli strumenti di Cisco per la collaboration e la sicurezza (come Cisco Security Connector e Cisco Webex Board), e VMware Workspace ONE, la piattaforma di digital workspace basata sull'intelligence, i dispositivi Apple in ambito aziendale insieme all'offerta di servizi gestiti di Dimension Data per aiutare le organizzazioni a migliorare la loro esperienza mobile. Tra le altre tecnologie presentate, per esempio, Chargifi, i sensori CoWorkr, GroundControl, Teem Workspace Experience Platform.

"A fronte di una forza lavoro che diventa sempre più remota e mobile diventa indispensabile far affidamento su una collaborazione e connettività pervasive e sicure – afferma **Grant Sainsbury, Senior Vice President, Americas Solutions di Dimension Data** –. Essere in grado di creare un ambiente di lavoro digitale sicuro che sia agile e dinamico è sempre più importante per le organizzazioni moderne. Il Digital Workplace Center of Excellence offre una finestra su quello che sarà il futuro del lavoro per il quale le aziende supportano molteplici stili lavorativi personalizzati. L'efficacia di ciò dipende proprio dalla capacità di offrire un'esperienza sicura, produttiva e continuativa".

Le tecnologie presenti all'interno del parco tecnologico, supportate dai Servizi ELM di Dimension Data, puntano a fornire analytics più dettagliati all'utente. Nel centro di eccellenza la dimostrazione di soluzioni di security per prevenire gli attacchi di phishing, proteggere credenziali compromesse e rilevare applicazioni malevoli; soluzioni collaborazione moderna per presentazioni, whiteboard, audio/video conferenze e per annotazioni di contenuti condivi in modalità wireless; postazioni intelligenti di ricarica wireless di livello enterprise in grado di fornire la gestione cloud e analytics; analytics per l'utilizzo dello spazio cloud; soluzioni per l'ottimizzazione del provisioning e della gestione degli endpoint in un ambiente condiviso; piattaforme per l'analisi dei dati relativi all'utilizzo dello spazio e della tecnologia, visualizzazione delle agende e degli analytics degli ambienti lavorativi; soluzioni per fornire e gestire le applicazioni su qualunque dispositivo, integrando il controllo degli accessi, la gestione delle applicazioni e la gestione degli endpoint multi-piattaforma.

IL BALZO IN AVANTI

La stampa 3D impatta nuovi settori

Tino Canegrati, Vice President e Amministratore Delegato di HP Italia

La **stampa 3D** punta su nuove specializzazioni, formazione e cultura e "abbraccia dalla plastica ai metalli e mira ad interessare settori nuovi dove servono competenze adeguate". Lo racconta **Tino Canegrati, Vice President e Amministratore Delegato di HP Italia**, che spiega le nuove dinamiche di questo mercato.

Si introducono nuovi concetti, anche quello di una "diversa prossimità", perché gli stampi 3D possono essere fatti non necessariamente dove si produce. "Si fa fatica a fare accordi con le aziende, a fare capire il nuovo trend, e c'è molto lavoro a monte che prevede accordi anche con i produttori di software industriali di progettazione o produttori industriali di materiali, alla ricerca di plastiche non ignifughe, metalli, materiali nuovi da certificare".

È di giugno l'accordo, siglato nel corso della Siemens PLM Connection Americas 2018, per **ampliare la collaborazione tra HP e Siemens** allo scopo di fornire funzionalità ancora più avanzate nel set di software Siemens PLM e nuove modalità di progettazione e produzione grazie alla tecnologia di stampa 3D Multi Jet Fusion di HP. "Il software di progettazione e Additive Manufacturing di Siemens è stato esteso in modo da supportare le nuove stampanti 3D a colori di HP" precisa Canegrati.

"Ad oggi abbiamo solo due plastiche certificate che non subiscono nessun tipo di erosione nel procedimento ma abbiamo collaborazioni aperte con diverse aziende, tra le quali **Nike**, per lo studio di materiali per nuovi progetti – spiega Canegrati -. **Ormai si innescano dei processi integrati tra progetti in ambito 4.0 e stampa 3D**, che ci portano a collaborare da una parte con chi studia i materiali, dall'altra con chi conosce i clienti, come Deloitte". La stampa 3D affascina anche le medie aziende che in questo modo eludono tappi di bottiglia di fornitori di componentistica, accorciando i tempi di produzione oltre ad essere interessante anche per i centri di servizi.

È di settembre invece il lancio, nel corso dell'IMTS (International Manufacturing Technology Show), di **HP Metal Jet, la nuova tecnologia di stampa 3D per la produzione di volumi elevati di componenti metallici** di alta qualità e di Metal Jet Production Service, che consentirà ai clienti integrare HP Metal Jet nelle proprie roadmap di produzione a lungo termine. "La tecnologia consente di ridefinire la produzione per il **settore automobilistico, industriale e medicale**. Sono state stabilite nuove partnership con GKN Powder Metallurgy e Parmatech per produrre parti Metal Jet per **Volkswagen**, **Wilo** e altre aziende" precisa Canegrati, ribadendo come l'industria automobilistica stessa stia vivendo una rivoluzione, non solo perché i clienti ora si aspettano la personalizzazione, ma anche perché entro il 2025 i marchi del gruppo Volkswagen prevederanno di introdurre 80 nuovi modelli elettrici.

Nel 2019 la strategia seguirà le rotte tratteggiare: pc sempre più premium personalizzati e ritagliati sulle esigenze, stampanti A4 e A3 con servizi di stampa gestiti, estensione della grafica verso nuovi packaging, spinta sul nuovo mondo 3D. "Perché la stampa inkjet nel mondo della grafica, il pc per lo smart working oppure la stampa 3D sui metalli sono opportunità da indirizzare, prima ancora che da cogliere" conclude Canegrati che porta avanti parallelamente progetti per accescere le competenze presso le scuole: a Roma con il **Centro di Formazione Professionale PIO XI**, a Bologna con la **Fondazione Golinell**i dove è installata un nuovo Learning Studio, per l'insegnamento della grafica e delle sue potenzialità. "Sul 3D non stiamo ancora facendo progetti dedicati in ambito scolastico ma ci arriveremo – precisa -. **Il prossimo passo sarà trovare nuovi materiali**, migliorarne le caratteristiche, indirizzarne l'uso".

Cybertech Europe 2018, le frontiere della sicurezza si ampliano

Roma ha ospitato per il terzo anno l'edizione europea del CyberTech Europe 2018, che ha alzato l'attenzione per due giorni su cybersicurezza, cyberwar, cyberspace davanti a un platea ben miscelata tra politici italiani e internazionali, forze armate in divisa, esperti di sicurezza e di scenari.

È dalle parole di **Amir Rapaport, Founder di Cybertech**, che ne esce lo spirito romano: "E una manifestazione molto business oriented e il tema della sicurezza è un tema di collaborazione tra aziende e governi. Roma si presta per questa miscela. Siamo in una nuova era in cui si rivoluzionano l'industria, l'uso della moneta, la guida delle auto, le connessioni tra cose, persone e computer. La cybersecurity è in questo contesto una grossa sfida ma anche una opportunità per nuove startup, università, centri di ricerca e aziende".

Continua Rapaport: "La problematica della sicurezza – molto più ampia della sicurezza "tradizionale" di mare, terra, acqua – abilita una nuova economia attorno alla protezione dei dati, che tocca vertical diversi, dalla Sanità al Public Sector e permette di creare nuove linee di prodotti che erano impensabili una decina di anni fa. La cybersecurity è un tema contemplato da tutti gli aspetti della nuova rivoluzione industriale. Di una nuova economia".

Si parla di 1.127 attacchi gravi nel 2017, prevalentemente rivolti verso target economici e statali che hanno generato una spesa totale in investimenti in sicurezza informatica, per proteggersi dal cybercrime, superiore ai 100 miliardi di dollari. Con una previsione dicrescita media annua della spesa tra il 10 e il 13% per i prossimi cinque anni a seconda del settore. Investimenti trainati dalla necessità di realizzare sistemi e infrastrutture dedicati alla prevenzione e alla gestione tempestiva ed efficace di incidenti informatici, alla protezione della privacy dei cittadini e all'individuazione di crimini cyber.

Dati che si vanno ad aggiungere allo scenario tratteggiato da **Eugene Kaspersky, Ceo di Kaspersky Lab**, che amplia le frontiere nella cybersecurity, invitando aziende e governi ad adottare un nuovo approccio alla tematica della sicurezza: "Ogni anno il cybercrime pesa 600 miliardi di dollari sull'economia mondiale e questo equivale al costo di 4 navicelle spaziali. Il numero di malware è salito a 117 milioni in soli 2 anni. Il vecchio approccio alla sicurezza (predict, prevent, detect e respond) non funziona più nella nuova era perché si deve imparare dagli attacchi perpetrati, investigando in real time, per essere pronti per il prossimo attacco di fascia enterprise. La sicurezza deve essere intrinseca, by design, in ogni dipartimento, oggetto, prodotto, è l'unico modo per proteggere tutti i device IoT che invaderanno il mondo. Bisogna trasformare la sicurezza in immunità". Un progetto che farà leva sulla comunità di esperti, sulla cooperazione tra aziende ma anche sull'utilizzo di nuove tecnologie di Machine Learning e Intelligenza Artificiale, integrate direttamente nella macchina della sicurezza. "Machine Learning à la prossima onda per la sicurezza – precisa **Eva Chen, Ceo di Trend Micro** – e su questa integrazione abbiamo investito molto. Siamo tutti connessi, ma in qualità di vendor nell'ambito della cybersecurity devo ammettere che sono piuttosto preoccupata dalla quantità elevata di connessioni previste in futuro dal mondo IoT. Il 97% delle aziende ha avuto a che fare con malware; entro il 2020 vedremo ben 20 miliardi di oggetti connessi. Le minacce informatiche sono sempre più subdole, ogni mese compaiono 27 nuove famiglie di ransomware e ci aspettiamo che abbiano un impatto crescente su un numero sempre più alto di dispositivi. Inoltre, tali minacce sono sempre più difficili da individuare perché anche esse si basano a lor volta su machine learning e intelligenza artificiale".

E si parla di resilienza e collaborazione, come le principali strategie per affrontare il cybercrime, ma la collaborazione richiede anche un framework sul quale tutti gli attori si possono confrontare. Una proattività più volte ribadita da **Alessandro Profumo, Ceo di Leonardo**: "La protezione del dominio cibernetico è un aspetto fondamentale per garantire la resilienza delle infrastrutture critiche, la sicurezza della pubblica amministrazione, delle imprese e del singolo cittadino, la crescita economica di un Paese – esordisce nel keynote -. Il cyberspazio e la cybersecurity hanno una rilevanza strategica per Leonardo, impegnata ad assicurare il massimo livello di affidabilità e resilienza mediante l'impiego delle proprie piattaforme e di competenze riconosciute a livello internazionale". Ma anche da **Angelo Tofalo, Sottosegretario alla Difesa**: "Si va a velocità sostenuta verso le Intelligenze Artificali, molto più forti delle singole intelligenze. Italia e Europa hanno fatto qualcosa sul tema ma manca ancora la percezione della minaccia reale della cybersicurezza, oggi sicuramente più percepita ma si fa ancora poco per frenala. Oggi il governo ha una forte sensibilità sul tema della cybersicurezza, qualche aereo militare in meno ma potenziamento della cybersicurezza, spingendo anche le partnership con i privati. Parliamo molto di aspetti fisici, cavi sottomarini, aerei… senza considerare che anche lo spazio cybernetico è fisico e richiede consapevolezza. Bisognerebbe insegnare la materia fin dalla scuola materna". Oggi sta prendendo sempre più forma il Comando interforze per le operazioni cibernetiche (Cioc), che sta accelerando sul rafforzamento di dotazioni tecnologiche e personale, ma il dibattito è ampio sui poteri di una forza cybernetica: puo solo proteggere o anche colpire?

Il tema complesso mette in gioco anche le relazioni a livello europeo, che dovrebbero mettere insieme un pool di risorse per fronteggiare gli attacchi con un team coeso che segua un modello di intervento certificato, e sviluppi uno standard sicuro per gli oggetti IoT che dialogano tra loro, come ribadisce **Olivier Onidi, Deputy Director General of the Directorate General Migration and Home Affairs della Commissione Europea**: "Finanziariamente le risorse messe insieme per programmi ambiziosi in tema di sicurezza devono anche essere impegnate per sviluppare cyber skill e devono essere indirizzate a comprendere la vivacità del cyberworld. Ci aspettiamo maggior trasparenza nell'utilizzo dei dati, per frenare contenuti terroristici e aumentare la cooperazione. Sì alla libertà di espressione ma serve un modello per limitare le minacce".

"Cybetech non è una fiera – tiene a precisare Rapaport – ma un evento che ha l'obiettivo di collegare persone che hanno il medesimo intento, mettendo in condizione l'industria di essere parte anche dei processi decisionali, perché punto di partenza è la questione economica che accomuna tutto sul tema della cybersecurity. Non è semplice per i paesi complessi. Noi, in Israele, abbiamo aziende più fessibili rispetto a quelle che si trovano in Europa, che rispondono alla tematica in modo proattivo, per arginare e prevenire le minacce. Leonardo è sicuramante un'azienda agile in questo scenario che ha compreso quanto la sicurezza vada oltre terra, mare, aria. La sinergia ci deve essere. Le aziende devono vedere la tematica della sicurezza come una opportunità per fare meglio".

I dati di una ricerca persentata da Accenture durante la due giorni rilevano una scarsa collaborazione tra Ciso e dirigenti nell'attuazione di piani e nella definizione di budget per la cybersecurity, perché spesso al di fuori dei loro dipartimenti i Ciso hanno un'influenza limitata sulla strategia della sicurezza informatica. La ricerca, condotta su 1.460 dirigenti di aziende con fatturato da 1 miliardo di dollari in su, mette in cima alla lista dei potenziali pericoli l'IoT (per il 77%), i servizi cloud (per il 74%), la condivisione dei dati con terze parti e partner strategici (70%). Ma anche un divario tra le aziende che hanno i soldi e quelle che hanno scarse capacità. "Non possiamo proteggere con successo le nostre infrastrutture critiche finché non affrontiamo la questione del divario tra le organizzazioni che hanno i mezzi finanziari, le risorse e le capacità per investire e proteggere i loro sistemi, le piccole e medie aziende che interagiscono con le grandi, ma non hanno i mezzi per garantire la sicurezza ai livelli necessari. Il risultato è che gli attacchi alle infrastrutture critiche arrivano proprio da queste terze parti, che costituiscono un punto di vulnerabilità molto appetibile per il crimine informatico. Il modo più efficace di rafforzare la sicurezza e la resilienza delle nostre infrastrutture critiche è quindi quello di colmare questo divario" precisa **Gus Hunt, già Chief Technology Officer per la CIA e oggi Cyber Strategist di Accenture Federal Services**, che ribadisce la necessità di una "Cyber Moonshot", una chiamata collettiva all'azione e alla cooperazione per risolvere le sfide della sicurezza, invitanto governi, imprese, mondo accademico a superare il modello individualista del "ciascuno per sé".

E continua Hunt: "Nel combattere il cybercrime finora le organizzazioni hanno avuto un approccio puramente reattivo. Il nostro attuale approccio non ci porterà lontano: dobbiamo cambiare strategia e passare dalla cybersecurity alla cyber resilience,adottando un comportamento proattivo e progettando e costruendo tutti i sistemi in modo che le organizzazioni continuino ad operare malgrado gli attacchi. Bisogna diventare il cacciatore, non il cacciato", dichiara Gus Hunt.

La scarsa collaborazione rimane un problema, non sbaglia Rapaport nel volere ideare un evento che in giro per il mondo abbia come primo obiettivo quello di "collegare persone" su un tema strategico.

Uber diversifica il business in vista dell'entrata in Borsa

Convincere i potenziali investitori che Uber non rappresenta solo un semplice servizio di trasporti ma una piattaforma più ampia e trasversale.

E' questo l'obiettivo del gruppo californiano in vista del prossimo sbarco in Borsa previsto per la prima metà del prossimo anno, a cui la società di San Francisco potrebbe arrivare con una valutazione record di 120 miliardi di dollari, secondo le stime di alcuni analisti.

La nuova strategia è basata sul modello di business "on demand" che Dara Khosrowshahi, ex numero uno di Expedia, da oltre un anno alla guida della società, ha già sperimentato per esempio con il recente lancio di Uber Eats per le consegne di cibo su ordinazione dalla rete di ristoranti ai possessori di un account, e che oggi viene ribadita con Uber Works.

Dalle indiscrezioni del Financial Times, il nuovo servizio, già testato a Los Angeles per essere poi messo in campo inizialmente a Chicago, è indirizzato a chi cerca lavoratori "occasionali" in situazioni di emergenza o periodi di scarsa reperibilità, come di sera, di notte, nei weekend e nei giorni festivi, al di fuori cioè della richiesta dell'ora di punta. Il personale può andare dalla guardia giurata, al cameriere, dal cuoco, al fabbro; alla base, la velocità di risposta, secondo il modello già utilizzato nei trasporti.

Uber Works sarà guidata da **Rachel Holt**, in Uber dal 2011, che affiancherà questa mansione alla responsabilità in qualità di VP and Head of New Mobility, la divisione che ha il compito di inglobare e incrementare i nuovi servizi di mobilità come biciclette, scooter, noleggio auto prevedendo anche l'integrazione del trasporto pubblico.

Uber non ha presentato ufficialmente il progetto, che sta esplorando e posizionando come un vero e proprio servizio business-to-business. Uber Works è ad oggi una delle iniziative in fase di test, ma che potrebbe diventare una linea di business in futuro, dicono le indiscrezioni.

"La nostra attività si basa sulla fornitura di un'offerta flessibile e on-demand: è fondamentale disporre di una gestione degli account intuitiva e reattiva per supportare i nostri partner commerciali (ovvero i driver di Uber), rispondendo prontamente alle loro esigenze ", dichiarano dalla società.

La nuova impresa sarà gestita come una "start-up interna": sarebbe previsto lo sviluppo di un organico di oltre mille appaltatori indipendenti per eventi e ruoli aziendali. La società ha già un grande gruppo di conducenti a Chicago che potrebbero diventare potenziali appaltatori di lavori; l'attuale programma pilota non prevede però al momento driver Uber attivi.

A confermare la spinta alla diversificazione del business, Uber ha messo in campo una serie di altre nuove iniziative in diversi ambiti.

Tra queste, il lancio della sua nuova piattaforma che permetterà di spedire la merce, prenotando uno spazio con pochi click. La nuova piattaforma si integrerà con l'applicazione Uber Freight, con l'obiettivo di fornire a tutte le tipologie di caricatore una connessione diretta con il vasto network di autisti.

Inoltre, la divisione Powerloop affitterà i rimorchi per trattori a vettori di piccole e medie dimensioni che utilizzano Uber Freight. Con quest'obiettivo, Uber ha sottoscritto una serie di accordi con grandi spedizionieri, tra cui Budweiser brewer AB InBev, per utilizzare il servizio.

Altre indiscrezioni dicono che Uber stia valutando se scorporare le sue attività legate alla guida autonoma cedendone quote di minoranza ai partner che così potrebbero condividerne gli ingenti costi. E nell'ultimo mese, azionati i primi scooter elettrici a Santa Monica, in California.

eco

Green Economy, il Regno Unito persegue una "crescita pulita"

Nel 2017 il governo del Regno Unito ha avviato una strategia industriale con l'obiettivo di rendere il paese un modello di Green Economy, combinando crescita economica e impegno ambientale.

La missione principale di questa strategia industriale consiste nell'acquisizione di una posizione di rilievo nel mercato dei veicoli a emissioni zero e nelle tecnologie ad essi associate; nelle previsioni governative, entro il 2040 i nuovi veicoli prodotti dovranno essere, per la maggior parte, ad emissioni zero.

La strategia riguarda l'intero Regno Unito e prevede un coinvolgimento importante delle amministrazioni in Scozia, Galles e Irlanda del Nord, oltre che di quelle locali.

Il momento storico è stato ritenuto appropriato del governo inglese per diverse ragioni. Infatti, sebbene il settore dei trasporti sia ancora dominato dai veicoli convenzionali (alimentati a benzina o gasolio), la situazione, anche dal punto di vista dell'evoluzione tecnologica, sta rapidamente cambiando.

I veicoli a emissioni ultrabasse (categoria che comprende i veicoli elettrici, i veicoli ibridi plug-in e i veicoli a idrogeno) stanno diventando più comuni e molti governi hanno annunciato piani a lungo termine per rivoluzionare il settore. Tutto ciò si colloca nel contesto di una mobilità in continuo cambiamento che va affrontata ed indirizzata nel modo migliore possibile.

La strategia a lungo termine del Piano Green Economy viene indirizzata su differenti livelli: lo sviluppo di una domanda e di un'offerta adeguate, la realizzazione di infrastrutture idonee e accessibili a tutti, la creazione di condizioni di mercato favorevoli.

Al giorno d'oggi il Regno Unito è uno dei mercati più importanti d'Europa per i veicoli a emissioni ultrabasse. Per incentivare ulteriormente questo trend già in atto, sono state velocizzate le politiche di adozione che coinvolgono il trasporto pubblico, e sono state introdotte agevolazioni per i veicoli privati e di proprietà di società e aziende.

Anche l'informatizzazione delle infrastrutture godrà di significativi contributi governativi. E' previsto infatti che il governo britannico fornisca incentivi finanziari e supporto normativo oltre a costituire un fondo di investimento, di cui sarà uno dei principali investitori, per finanziare la costruzione di un'infrastruttura per la ricarica dei veicoli elettrici.

Per far si che la strategia si concretizzi sarà poi fondamentale sviluppare la consapevolezza sia da parte di chi ha intenzione di acquistare dei veicoli a emissioni ultrabasse sia da parte di chi ha intenzione di aprirsi a questo business, oltre che agire sul comportamento dei guidatori, rendendoli più sensibili a una guida sicura e attenta agli sprechi di carburante.

La strategia punta a raggiungere una pluralità di benefici: la riduzione dell'inquinamento atmosferico e acustico; la riduzione dei costi associati alla guida (che, unita a un calo nei prezzi dei veicoli a emissioni ultrabasse, è indispensabile perché essi raggiungano la diffusione desiderata); una minore dipendenza del Regno Unito dalle importazioni di petrolio e dunque una minore esposizione alla volatilità dei mercati.

L'approccio alle piattaforme tecnologiche utilizzate è pressoché agnostico. Il futuro rimane aperto a possibili cambiamenti/ fine tuning. Entro il 2025, alla luce delle evoluzioni che sapranno garantire i centri ricerche dei principali Provider di innovazione, il governo britannico riesaminerà la propria posizione tecnologica funzionalmente agli obiettivi raggiunti e da raggiungere.

Per realizzare tali obiettivi e per la verifica del raggiungimento degli stessi, il piano prevede importanti collaborazioni con il settore manifatturiero, il mondo del business e della ricerca, le organizzazioni ambientaliste, i consumatori e partner internazionali.

Wef, l'Italia non si smuove dal 31esimo posto

Lo aveva già fatto Assinform anni fa di cambiare le metriche per la stima del mercato Digitale in Italia, rivedendo voci e parametri per misurare il livello di spesa, non più semplicemente legato gli investimenti IT e ICT ma a tutte le tecnologie coinvolte nella trasformazione digitale in atto. Era un passo necessario per comprendere un mondo in divenire, che già parlava di Rivoluzione 4.0, che annoverava nuovi modelli di vendita (cloud in primis) ma anche nuove tecnologie (banalmente gli smartphone che prima erano marginali). Il mondo cambia a una velocità sostenuta e le classifiche di mercato ne tengono conto, laddove sono ben fatte, introducendo via via parametri nuovi e cercando un raffronto a volte non semplice con il passato.

È da poco stata stilata la nuova classifica rivisitata del **World Economic Forum** sulla competitività globale dei paesi, redatta analizzando ben 98 parametri in ottica Industria 4.0 che, sparigliando la classifica precedente, fotografa 140 economie attribuendo loro un punteggio massimo di 100 punti.

Il nuovo indice, dopo 40 anni di storia del Rapporto Wef, misura oltre ai parametri tradizionali innovazione, resilienza, capitale umano e apertura al cambiamento,ribattezzando il report 2018 **Global Competitiveness Index 4.0**, proprio con quel 4.0 a ricordarne il nuovo focus.

Prima evidenza. Per la prima volta, dalla crisi economica del 2008, gli **Stati Uniti** vanno in testa alla classifica con 86,5 punti. Seguono sul podio Singapore (83,5) e Germania (82,8), di poco avanti a Svizzera (82,6) e Giappone (82,5). Haiti, Yemen e Ciad sono le economie meno competitive.

Seconda evidenza. Nonostante i nuovi parametri, l'**Italia rimane inchiodata al suo 31esimo posto**, con 70,8 punti. Ma… e su questo ritorniamo fra un attimo.

Terza evidenza. C'è un divario fortissimo tra le aree del mondo. Sette delle dieci economie più competitive sono in Europa e America del Nord, le tre restanti sono Singapore, Giappone e Hong Kong. Particolarmente arretrate Africa subsahariana, Asia del Sud, America Latina e Eurasia. Se si considera che 33 economie hanno un punteggio pari o sotto i 50 punti, e che nelle stesse regioni ci sono divari evidenti tra i vari paesi, si intuisce un gap forte fra zone del mondo, come commenta **Kalus Schwab, Presidente Esecutivo del Wef**, allarmato da "un nuovo divario globale tra i paesi che comprendono le trasformazioni innovative e quelli che non le capiscono". "La produttività è il principale motore di crescita nel 2018, ma con la quarta rivoluzione industriale è necessario ripensare i driver della competitività e, quindi, la crescita nel lungo periodo" precisa.

La classifica andrebbe letta tenendo conto di tutti i parametri, perché ad esempio, anche se gli Stati Uniti sono i primi in classifica esistono limiti in molte voci, il più evidente quello legato alle aspettative di vita (46esimo posto, con 67,7 anni di età).

Torniamo all'Italia. Se si guarda ai 12 diversi parametri che concorrono a lasciare in stallo l'Italia al 31esimo posto, si vede che alcuni hanno avuto un'accelerata positiva. Tra tutti il parametro che misura l'Innovazione, che vede l'Italia al 22esimo posto (66 punti) anche se ben distaccata dalla capofila tedesca, mentre il dinamismo aziendale ci classifica ancora in posizioni di retroguardia, al 42esimo (in testa USA). Il punteggio migliore (99) lo raggiungiamo nella Salute (sesta), non male le Infrastrutture (21esima).

Ma rimangono preoccupanti i dati sulle competenze e sul mercato del lavoro: siamo al 40esimo posto per gli skill, al 58esimo per stabilità economica, al 79esimo per il mercato del lavoro, al 49esimo per i servizi finanziari. Se guardiamo all'adozione della tecnologia ICT siamo al 52esimo posto sotto la media europea e americana, e per debito pubblico rimaniamo al 60esimo gradino su 140.

L'innovazione entrata tra le 12 leve della competitività (istituzione, infrastrutture, Ict, stabilità macroeconomica, salute, skill, mercato, lavoro, sistema finanziario, dimensioni del mercato, dinamismo del business e capacità di innovazione) è sicuramente un parametro importante per capire la direzione futura, sottolinea il Wef, ribadendo che le leve non sono tra loro compensabili: un sistema finanziario solido non può sostituire la carenze di infrastrutture fisiche, così come investimenti in ICT non possono compensare la mancanza di innovazione o di una classe imprenditoriale adeguata. Dodici leve che devono essere azionate e previste nella strategia dei singoli paesi, rimarcando quanto "i principali motori della produttività siano salute, istruzione e competenze di una popolazione", ma anche mercati aperti senza vincoli e dazi, garanzia di protezione socialeall'interno dei singoli paesi, correttamente bilanciata con le strategie di apertura verso l'estero. Le nuove sfide tecnologiche possono essere una leva per tutti i paesi, sostiene **Saadia Zahihi, membro del consiglio di amministrazione del Wef**, e ogni paese può essere una best practice per l'altro. "La competitività non è né una gara né un gioco a somma zero – dichiara -. Tutte le economie possono diventare più prospere".

Nella pagina successiva è mostrata la classifica del Global Competitiveness Index 4.0 2018

The Global Competitiveness Index 4.0 2018 Rankings

Rank	Economy	Score1	Diff. from 2017[2] Rank	Diff. from 2017[2] Score
1	United States	85.6	—	+0.8
2	Singapore	83.5	—	+0.5
3	Germany	82.8	—	+0.2
4	Switzerland	82.6	—	+0.2
5	Japan	82.5	+3	+0.9
6	Netherlands	82.4	–1	+0.2
7	Hong Kong SAR	82.3	—	+0.3
8	United Kingdom	82.0	–2	–0.1
9	Sweden	81.7	—	+0.1
10	Denmark	80.6	+1	+0.7
11	Finland	80.3	+1	+0.5
12	Canada	79.9	–2	–0.1
13	Taiwan, China	79.3	—	+0.1
14	Australia	78.9	+1	+0.7
15	Korea, Rep.	78.8	+2	+0.8
16	Norway	78.2	–2	–0.8
17	France	78.0	+1	+0.6
18	New Zealand	77.5	–2	–0.6
19	Luxembourg	76.6	+3	+0.6
20	Israel	76.6	—	+0.4
21	Belgium	76.6	–2	—
22	Austria	76.3	–1	+0.2
23	Ireland	75.7	—	–0.3
24	Iceland	74.5	—	–0.1
25	Malaysia	74.4	+1	+1.1
26	Spain	74.2	–1	+0.4
27	United Arab Emirates	73.4	—	+1.1
28	China	72.6	—	+0.9
29	Czech Republic	71.2	—	+0.3
30	Qatar	71.0	+2	+0.6
31	Italy	70.8	—	+0.3
32	Estonia	70.8	–2	—
33	Chile	70.3	+1	+0.9
34	Portugal	70.2	–1	+0.5
35	Slovenia	69.6	—	+1.1
36	Malta	68.8	—	+0.3
37	Poland	68.2	—	+0.2
38	Thailand	67.5	+2	+1.3
39	Saudi Arabia	67.5	+2	+1.6
40	Lithuania	67.1	–2	+0.7
41	Slovak Republic	66.8	–2	+0.6
42	Latvia	66.2	—	+1.4
43	Russian Federation	65.6	+2	+1.7
44	Cyprus	65.6	–1	+0.9
45	Indonesia	64.9	+2	+1.4
46	Mexico	64.6	–2	+0.5
47	Oman	64.4	+14	+3.4
48	Hungary	64.3	—	+0.9
49	Mauritius	63.7	—	+0.8
50	Bahrain	63.6	–4	–0.2
51	Bulgaria	63.6	—	+1.2
52	Romania	63.5	—	+1.3
53	Uruguay	62.7	–3	—
54	Kuwait	62.1	+2	+0.5
55	Costa Rica	62.1	–1	+0.4
56	Philippines	62.1	+12	+2.3
57	Greece	62.1	–4	+0.3
58	India	62.0	+5	+1.2
59	Kazakhstan	61.8	—	+0.7
60	Colombia	61.6	–3	+0.1
61	Turkey	61.6	–3	+0.2
62	Brunei Darussalam	61.4	+2	+1
63	Peru	61.3	–3	+0.2
64	Panama	61.0	–9	–0.6
65	Serbia	60.9	+5	+1.7
66	Georgia	60.9	+1	+1.0
67	South Africa	60.8	–5	–0.1
68	Croatia	60.1	–2	—
69	Azerbaijan	60.0	–4	–0.2
70	Armenia	59.9	+2	+1.0
71	Montenegro	59.6	+2	+1.4
72	Brazil	59.5	–3	–0.2
73	Jordan	59.3	–2	+0.1
74	Seychelles	58.5	+10	+3.3
75	Morocco	58.5	+2	+0.8
76	Albania	58.1	+4	+0.8
77	Viet Nam	58.1	–3	+0.1
78	Trinidad and Tobago	57.9	–2	+0.1
79	Jamaica	57.9	–1	+0.5
80	Lebanon	57.7	–5	–0.1
81	Argentina	57.5	–2	+0.1
82	Dominican Republic	57.4	—	+1.8
83	Ukraine	57.0	+6	+3.1
84	Macedonia, FYR	56.6	n/a	n/a
85	Sri Lanka	56.0	–4	–0.4
86	Ecuador	55.8	–3	+0.4
87	Tunisia	55.6	–1	+1
88	Moldova	55.5	–1	+0.9
89	Iran, Islamic Rep.	54.9	–1	+0.4
90	Botswana	54.5	–5	–0.5
91	Bosnia and Herzegovina	54.2	–1	+0.3
92	Algeria	53.8	—	+0.3
93	Kenya	53.7	—	+0.4
94	Egypt	53.6	—	+0.4
95	Paraguay	53.4	+1	+0.5
96	Guatemala	53.4	–5	–0.1
97	Kyrgyz Republic	53.0	+3	+1.1
98	El Salvador	52.8	—	+0.4
99	Mongolia	52.7	–4	–0.2
100	Namibia	52.7	–1	+0.3
101	Honduras	52.5	+2	+1.2
102	Tajikistan	52.2	–5	–0.6
103	Bangladesh	52.1	–1	+0.7
104	Nicaragua	51.5	–3	—
105	Bolivia	51.4	n/a	n/a
106	Ghana	51.3	–2	+1.4
107	Pakistan	51.1	–1	+1.3
108	Rwanda	50.9	–1	+1.3
109	Nepal	50.8	–1	+1.3
110	Cambodia	50.2	–1	+0.8
111	Cape Verde	50.2	–6	+0.4
112	Lao PDR	49.3	–2	+0.7
113	Senegal	49.0	–2	+0.6
114	Côte d'Ivoire	47.6	n/a	n/a
115	Nigeria	47.5	–3	–0.5
116	Tanzania	47.2	–2	+0.8
117	Uganda	46.8	–4	–0.2
118	Zambia	46.1	–3	+0.6
119	Gambia, The	45.5	—	+0.8
120	Eswatini	45.3	–4	+0.2
121	Cameroon	45.1	–3	+0.2
122	Ethiopia	44.5	–2	+0.6
123	Benin	44.4	–1	+0.8
124	Burkina Faso	43.9	n/a	n/a
125	Mali	43.6	–4	–0.1
126	Guinea	43.2	–3	+0.3
127	Venezuela	43.2	–10	–1.9
128	Zimbabwe	42.6	–4	+0.6
129	Malawi	42.4	—	+1.8
130	Lesotho	42.3	–4	+0.9
131	Mauritania	40.8	–3	+0.1
132	Liberia	40.5	–2	+0.6
133	Mozambique	39.8	–8	–2.1
134	Sierra Leone	38.8	–3	+0.1
135	Congo, Democratic Rep.	38.2	–8	–2.6
136	Burundi	37.5	–4	–1.0
137	Angola	37.1	n/a	n/a
138	Haiti	36.5	–5	+0.7
139	Yemen	36.4	–4	+0.9
140	Chad	35.5	–6	—

East Asia and the Pacific · Eurasia · Europe and North America · Latin America and the Caribbean · Middle East and North Africa · South Asia · Sub-Saharan Africa

Fonte: The Global Competitiveness Report 2018

SAP e IDC studiano i percorsi dei digital leader

Come fare innovazione in un ecosistema sempre più complesso e come tradurre le nuove idee in valore per il business affrontando in concreto questa transizione con i protagonisti dei processi.

Di questo si è discusso a **"IT & Co: Built on Tech**" l'evento organizzato da **SAP** nell'ambito del percorso **Digital Leaders Crossroad** per mettere a fattor comune le esperienze sviluppate dalla società nei suoi 30 anni di attività in Italia, trasferendo alle imprese il valore delle tecnologie digitali.

L'indagine realizzata da **SAP in collaborazione con IDC** ha rappresentato la fonte per dare una visione dei processi e delle figure coinvolte nelle dinamiche di trasformazione delle imprese italiane, interpretando gli scenari futuri. "Uno sguardo oltre i prossimi dieci anni, al 2025, per capire che mondo stiamo andando a generare – spiega **Fabio Rizzotto, Associate Vice President Research & Consulting, IDC Italia** -. Oggi l'IT lascia il posto a tecnologie diverse e si entra nell'era della multi-client innovation economy, una strada che va costruita quotidianamente. Per questo è importante capire come i digital leader e tutte le funzioni IT, ma anche nuove figure che si delineano nello scenario digitale, debbano rapportarsi al nuovo mondo".

Condotta in Italia nei primi mesi del 2018 su **600 digital leader** di grandi imprese di settori trasversali, l'indagine evidenzia una significativa presenza di figure IT che partecipano alla regia dell'innovazione, ma anche ruoli diversi non strettamente legati all'IT, con un approccio interfunzionale; i digital leader si dimostrano consapevoli di dover trasformare i propri modelli di business per rispondere alle nuove esigenze che il digitale impone.

"All'interno delle organizzazioni italiane si delinea la presa di coscienza di un cambiamento profondo della società e dei meccanismi economici – dichiara Rizzotto -. Emerge una grande consapevolezza della necessità di trasformare i processi e modelli di business per rispondere alla rivoluzione digitale, perché più le imprese sono chiamate a dare flessibilità e tanto più è complicato garantire velocità ed innovazione".

Costruire un processo innovativo è oggi difficile e la consapevolezza di una necessità di cambiamento si riscontra nei dati: 6 aziende su 10 credono di muoversi su scenari incerti; il 46% intravede nuovi attori con cui compete sul mercato nel giro di tre anni e il 37% delle imprese sente l'esigenza di definire metriche per misurare il business digitale.

Guardando al grado di innovatività nel percorso verso la digitalizzazione, circa la metà delle aziende (48%) adotta un approccio di tipo tradizionale, il 42% sta evolvendo verso le nuove dinamiche, solo il 10% delle imprese si considera "disruptive".

I ritmi di innovazione delle organizzazioni non appaiono così al passo con la trasformazione dei mercati. Lo sottolinea la maggiorparte dei responsabili dei processi, il 48% dei quali non ritiene adeguata la velocità con cui la propria azienda risponde ai cambiamenti ed il 45% pensa di dover migliorare i tempi di risposta verso le richieste dei clienti e degli utenti.

L'utilizzo di piattaforme e strumenti tecnologici innovativi risulta chiaramente la chiave per abilitare la trasformazione del business. I digital leader ne sono coscienti, ma le aziende sono spesso ancora impreparate a fare questo salto. Mentre il 47% delle imprese ritiene di avere infatti architetture tecnologiche adeguate per lo sviluppo del business digitale, il 63% ha difficoltà a passare velocemente dalla prototipazione all'innovazione estesa. Il 37% prevede di incrementare la spesa in innovazione tecnologica e digitale. Le aziende che evolvono si indirizzano e puntano sulle nuove tecnologie come IoT, Intelligenza Artificiale, Machine Learning, Robotica, Blockchain, Realtà Virtuale e Aumentata, …

Le competenze digitali ed il capitale umano sono alla base dei percorsi evolutivi delle aziende, dove grande valore è attribuito all'introduzione di un modello partecipativo delle persone alle logiche e ai processi di innovazione.

Il 38% dei digital leader ritiene strategica la ricerca di competenze e talenti esterni, il 65% punta sulla crescita interna delle competenze e delle attitudini digitali; il 67% vorrebbe coinvolgere dipendenti e collaboratori come parte attiva nell'innovazione.

In questo scenario, gli investimenti devono fare la differenza, dove l'evoluzione dell'R&D diventa motore abilitante, anche attraverso nuove regole di sourcing, il potere del design thinking, i modelli di co-design e co-innovation.

Sottolinea la centralità della persona nei processi di trasformazione **Matteo Pozzuoli, Head of Marketing, SAP Italia**, che spiega: "Senza le persone, la tecnologia è nulla perché l'innovazione non è un evento, ma un processo umano; bisogna che le idee fuoriescano e vengano condivise per tradurle in valore per il business".

Tra le aziende che hanno affrontato in concreto questa transizione digitale, SAP porta il caso di **IMA Group**, impresa italiana attiva nel disegno e progettazione di macchine per il confezionamento. Con un trend in costante crescita, l'azienda è passata dai 300-400 milioni di euro di fatturato di qualche anno fa a 1,4 miliardi di euro dell'ultimo bilancio e punta ai 2 miliardi entro il 2020.

"L'onda dell'Industria 4.0 e della digital transformation ha coinciso con l'obiettivo di portare innovazione, tecnologie e intelligenza nei nostri prodotti e nei nostri processi, questa coincidenza ha fatto nascere l'iniziativa IMA Digital che accompagna oggi l'azienda nella sua crescita" spiega **Pier Luigi Vanti, CIO, IMA Group**, che racconta il nuovo progetto iniziato circa due anni fa: "La crescita ha richiesto una riorganizzazione interna in ottica 4.0 e tutta una serie di iniziative di digital transformation con sforzi interni importanti. Il nostro processo ha visto mettere insieme, far collaborare e digitalizzare un'organizzazione interna articolata e complessa e processi che erano segmentati in silos, individuando obiettivi di Digital Transformation la cui roadmap è oggi ben definita ed in pieno corso. In questi nuovi processi, notiamo peraltro che oggi sono i clienti stessi sempre più innovativi, che capiscono il valore di fare uscire i loro dati dai perimetri aziendali e sempre più spesso sono loro che, sull'onda 4.0, ci propongono grandi progetti di digitalizzazione con sistemi innovativi da integrare nella loro fabbrica intelligente".

Osservatorio PMI: crescita sana dopo una selezione darwiniana

La centralità del cliente è stato il tema dominante di "**Bespoke Companies**", l'evento organizzato da **Global Strategy** a Palazzo Mezzanotte di Milano per presentare i risultati della decima edizione dell'**Osservatorio PMI**, una fotografia della realtà imprenditoriale italiana volta a identificare le chiavi del successo per le piccole e medie imprese di oggi.

Un'occasione per individuare le storie di aziende che hanno registrato negli ultimi anni risultati migliori rispetto ai concorrenti del settore, in termini di crescita, redditività e solidità finanziaria.

"Abbiamo voluto premiare il valore delle intuizioni di aziende che hanno imboccato la strada della differenziazione, il valore della perseveranza nel ricercare gli obiettivi, senza escludere il fattore umano – dichiara **Anonella Negri-Clementi, Presidente e Ceo di Global Strategy** -. E con questo obiettivo, abbiamo cercato l'elemento centrale che collegasse tutte queste realtà. La risposta è stata il cliente. Grazie all'Osservatorio PMI abbiamo avuto la possibilità di toccare con mano un'Italia che cresce in maniera straordinaria e ritengo che da ognuna di queste aziende non si possa che trarre elementi di insegnamento".

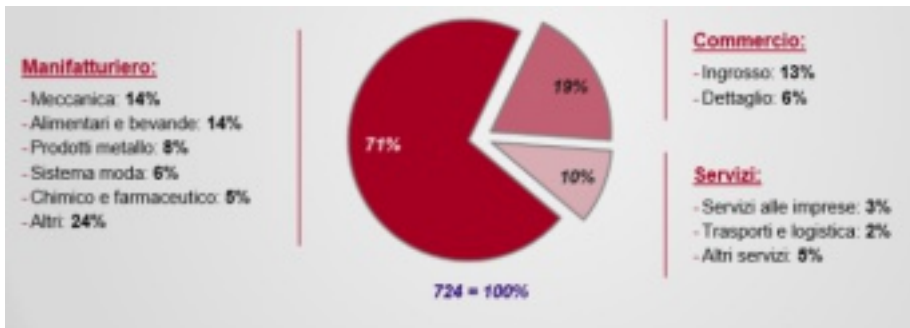
Sono state **724 le aziende eccellenti del 2018**, individuate da un universo di 60.000 aziende con un **fatturato superiore a 5 milioni di euro**, di cui 10.000 compongono il panorama delle Mid Cap, con un fatturato compreso tra i 20 e i 250 milioni nel manifatturiero e nei servizi e tra i 20 e i 500 nei settori del commercio, categoria inclusa per la prima volta quest'anno nel perimetro di analisi. Di queste, **40 presenti sul palco** per condividere le loro esperienze e dare le loro testimonianze dirette.

I dati di analisi delle oltre 700 realtà selezionate mostrano "una crescita sana, sinonimo di eccellenza ed efficienza, di aziende che hanno migliorato tutti gli indici economici e commerciali e soddisfano gli stakeholder – dichiara presentando i numeri **Stefano Nuzzo, Partner di Global Strategy e Project Leader Osservatorio PMI**.

Le realtà selezionate – appartenenti per il 71% al settore manifatturiero, per il 19% al mondo del commercio e per il 10% a quello dei servizi – evidenziano infatti una crescita di quasi 5 volte superiore rispetto alle altre aziende del comparto.

Il fatturato registrato tra il 2012 e il 2016 aumenta del 58%, contro una crescita media dell'11% delle altre PMI. L'efficacia dell'imprenditorialità nelle PMI si riscontra nella creazione di oltre 37.000 posti di lavoro in 5 anni e con la previsione di un ulteriore aumento dall'80% degli intervistati. Il ROS (Return of sales) è raddoppiato e si attesta all'11,6% medio nel 2016; patrimonializzato circa il 50% degli utili ante imposte.

I settori Meccanica e Alimentari & Bevande sono quelli dove si registra una maggior presenza di PMI eccellenti, entrambi con un 14% sul totale. I comparti in cui queste aziende si contraddistingono maggiormente sono quello delle Costruzioni, dei Servizi alle Imprese e del Sistema Moda, con un valore della ordinazioni cresciuto ad un tasso medio annuo rispettivamente del 18,6% , 18,5% e del 14,1%.



La distribuzione geografica vede prevalere il Nord, ma il Sud e le isole mostrano un maggior tasso di penetrazione, con maggiori possibilità seppur numericamente inferiori. Nel dettaglio, la maggior presenza di eccellenze nel comparto manifatturiero si registra tra le 522 del Nord, mentre quelle del settore Servizi e Commercio vedono una maggior concentrazione al Centro e al Sud.

Elementi che contraddistinguono le imprese eccellenti è la costanza negli investimenti e la vocazione internazionale: il 90% delle realtà analizzate ha infatti aumentato gli investimenti nell'ultimo triennio, in nuovi prodotti, nuovi mercati, capacità produttiva. L'export medio registrato è vicino al 50% del fatturato annuo, con forme di presidio sempre più dirette e meno intermediate.

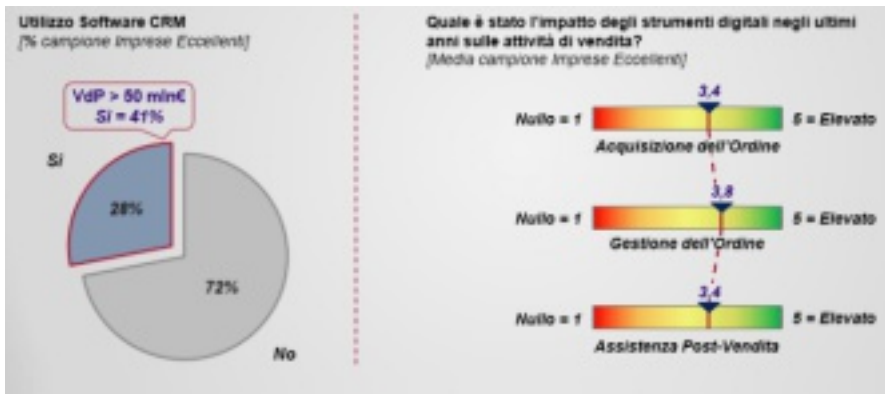
"Le PMI stanno crescendo e sono passate da dieci anni di selezione darwiniana, creandosi gli anticorpi per andare avanti. Imprenditori che hanno avuto il coraggio di cercare nuovi mercati, di investire in ricerca e sviluppo, fondamentali in un mercato globale, in risorse, andandole a cercare anche fuori dai confini italiani – dichiara **Teresio Testa, responsabile direzione Sales & Marketing Imprese Intesa Sanpaolo**, partner dell'evento –. Noi siamo stati al loro fianco, non solo con il credito, ma anche con soluzioni a sostegno di chi sta avviando i processi innovativi verso il digitale e per rendere l'azienda sostenibile nel tempo. Ci sono state iniziative a supporto delle esportazioni; apriamo ad esempio una sede a Sidney, non per dare supporto alle aziende australiane, ma a quelle italiane che lì stanno investendo. Il nostro proposito – poosegue Testa – è valorizzare le eccellenze del nostro Made in Italy ampliando i servizi alle PMI e proponendo loro il nostro affiancamento per la crescita dimensionale e su nuovi mercati, per il rafforzamento patrimoniale e per i passaggi generazionali. Con oltre 70 operazioni di finanza straordinaria, di acquisizioni e di strutturazione di operazioni complesse nell'ultimo anno, il Gruppo Intesa Sanpaolo si è attrezzato anche per sostenere il mondo imprenditoriale italiano rafforzando i propri team dedicati all'interno di Mediocredito Italiano e di Banca Imi".

Le eccellenze selezionate presentano una forte predisposizione all'Innovazione: mediamente, il 4% del fatturato viene da loro destinato ad attività di R&D e con processi di innovazione gestiti anche attraverso interazione con clienti, fornitori, università nel 78% dei casi.

Le aziende che "come un sarto per un abito su misura, sono riuscite a ritagliarsi all'interno di mercati maturi e indifferenziati, una nicchia di mercato nel quale implementare strategie di diversificazione – afferma **Nuzzo** – registrano oggi comunque una maggiore complessità nel soddisfare il cliente rispetto al passato, che cercano di superare attraverso la ricerca di relazioni più dirette in cui spesso si mette in gioco la proprietà stessa (si parla di aziende prevalentemente familiari (85%) con proprietà spesso coinvolta nella gestione)".

Sempre più, tutte le PMI dovranno imparare a trarre vantaggio da strumenti e innovazione digitale, come il super e iper ammortamento definiti dalla Legge di Stabilità 2018 e le strategie messe in campo dal Piano Industria 4.0.

La sfida è vinta da chi sa coniugare le capacità relazionali con il cliente con la predisposizione delle nuove generazioni all'utilizzo di strumenti digitali in grado di moltiplicare i contatti e ridurre le distanze geografiche. In sintesi, Digital Transformation.



In questi dieci anni, seppur difficili per le aziende, abbiamo selezionato oltre 2.400 aziende che hanno dimostrano la possibilità di perseguire un percorso di crescita e redditività – conclude **Antonella Negri-Clementi** –. Rimane il fatto che la dimensione di questi "campioni" è oggi ancora troppo piccola per competere adeguatamente nei mercati globali, dove peraltro dimostrano le giuste caratteristiche per posizioni di leadership. Se solo si riuscisse, con l'aiuto delle istituzioni, a creare "squadre" più ampie, prendendo ad esempio quello che singolarmente queste realtà fanno con i loro dipendenti e i loro clienti, potremmo riuscire a ritrovare il nostro percorso di crescita anche come Sistema Paese".

Fatturazione elettronica: obblighi e opportunità

La fatturazione elettronica tra privati sarà la novità fiscale del prossimo anno e rivoluzionerà il modo di gestire fiscalmente la propria attività. Con la legge di Bilancio approvata il 23/12/2017 il Governo italiano ha infatti stabilito l'obbligo di fattura elettronica per tutti i soggetti stabiliti in Italia e l'entrata in vigore è fissata per il 1° gennaio 2019.

La fatturazione elettronica è **un sistema digitale di emissione, trasmissione e conservazione delle fatture** che permette di abbandonare per sempre il supporto cartaceo. Il nuovo formato digitale è chiamato XML (eXtensible Markup Language) e consentirà di controllare il significato di tutti gli elementi contenuti nel documento in modo da verificare le informazioni ai fini dei controlli previsti per legge.

L'adozione di questo sistema, secondo l'intento del Governo, comporta:

• **Riduzione dell'evasione fiscale**: viene eliminata la possibilità di emettere fatture false, la mancata registrazione della fattura da parte di uno dei soggetti coinvolti e l'eventuale registrazione fraudolenta con importi inferiori rispetto all'effettiva transazione

• **Semplificazione fiscale**

• **Acquisizione di maggiori dati fiscali**, allo scopo di predisporre per i contribuenti dichiarazioni con dati precompilati e quindi già certificati dall'Agenzia delle entrate

L'Agenzia delle Entrate con questo sistema riceverà quasi in tempo reale le informazioni del contribuente su imponibile e iva da versare senza più attendere le dichiarazioni dei redditi o le varie comunicazioni periodiche.

Nel caso non venga ottemperato l'obbligo di fatturazione elettronica tra operatori privati, va ricordato che **l'eventuale emissione della fattura in formato cartaceo è da ritenersi inesistente** e non emessa. Sono esentati dall'obbligo solo i soggetti di minori dimensioni che si avvalgono del cosiddetto "regime di vantaggio" previsto dall'art. 27 comma 3 del Decreto Legge n. 98/11 o del "regime forfettario" previsto dalla Legge n. 190/14.

La normativa obbligherà le aziende e i professionisti a modificare la gestione dell'emissione e consegna delle fatture comportando importanti investimenti economici per dotare l'attività di supporti informatici e software dedicati per la gestione della contabilità.

In pratica:

chi emette la fattura dovrà disporre di un servizio di firma digitale (in modo da garantire l'autenticità e l'integrità del documento);

l'emittente dovrà associare al documento digitale un riferimento che ne attesti data e ora di creazione attraverso un servizio di marca temporale fornito da un'autorità certificata terza;

l'emittente e il destinatario dovranno disporre di un servizio di conservazione delle fatture emesse.

Proprio per questo motivo secondo Confindustria (documento Fattura elettronica e adempimenti connessi di ottobre 2017) la nuova normativa presenta evidenti criticità.

Ad oggi sul territorio nazionale sono presenti numerose imprese che hanno già adottato sistemi applicativi per la fatturazione elettronica, chiaramente diversi tra loro e in base all'offerta del mercato. Qualora venisse adottato un formato standard comune, l'obbligo di fatturazione elettronica risulterebbe incompatibile con tali sistemi, magari implementati a fronte di ingenti investimenti, producendo un danno economico notevole.

Nel nostro Paese le figure dell'imprenditore e del professionista non costituiscono una categoria omogenea in termini di rilevanza, con una larga diffusione di soggetti di piccole dimensioni a fronte di poche, grandi, realtà. Di conseguenza il suggerimento di Confindustria prevede un serio coinvolgimento delle associazioni di categoria allo scopo di prevedere un'applicazione del provvedimento tarata in base alle varie specificità.

Un altro aspetto che suscita particolare interesse risiede nella data di entrata in vigore dell'obbligo di fatturazione elettronica B2B e, di conseguenza, nei tempi di cui le imprese disporrebbero per far fronte al nuovo obbligo. Per questo motivo Confindustria auspica che l'entrata in vigore del nuovo obbligo di fatturazione elettronica tenga in considerazione i fisiologici tempi di adattamento dei sistemi e i tempi di apprendimento delle procedure da parte dei soggetti coinvolti.

Nel 2012 il **governo portoghese** ha introdotto un sistema di trasmissione telematica obbligatoria analogo alla e-fattura (seppur limitato solo ad alcuni dati) e ciò ha portato ad un considerevole aumento del gettito. Nonostante l'evidente differenza di dimensioni economiche rispetto alla realtà italiana, qualora il risultato registrato in Portogallo fosse il medesimo, **il nostro Paese otterrebbe un aumento delle entrate di oltre 11 miliardi di euro** solo sul versante IVA.

Dal CTI Liguria

Navighiamo verso un mare di digitale…

Martedì 25 settembre 2018 si è svolto a cura del **CTI Liguria** l'evento sulla **Digital Transformation nel settore navale**.

La vocazione navale della città di Genova e la presenza di alcuni dei più grandi player a livello nazionale e internazionale sul nostro territorio, hanno favorito una fortissima presenza di pubblico nella splendida cornice di ***Palazzo DUCALE di Genova***.

Apre la serata il **dott. Caraffi**, IT Director di **Carnival Maritime**, con un intervento sulla Digital Transformation nel mondo Cruise con la presentazione della **piattaforma Neptune**, che supporta la flotta Carnival. Questa innovativa piattaforma, grazie alla raccolta, all'integrazione e all'analisi dei dati permette di ottenere standard di qualità e sicurezza altissimi garantendo l'uso di best practice su tutte le navi del Gruppo. È la visione strategica di come sarà la navigazione del futuro in ambito Cruise.

L'innovazione a bordo nave attraverso l'IoT e la raccolta, il monitoraggio e l'analisi dei dati è invece il cuore dell'intervento dell'**ing. Qualich** di **Cetena Spa**, Gruppo Fincantieri.

La capacità di innovare risiede infatti, prima di tutto, nello saper sviluppare tecnologie innovative che consentano di mettere a sistema ogni possibile dato rilevante a bordo miscelando tra loro conoscenze derivanti dallo sviluppo di progetti di ricerca con quelle derivanti dal know-how aziendale.

La **dott.ssa Klioukina** del **Gruppo Maersk** interviene sulla grande sfida tecnologica rappresentata dalla **piattaforma multifunzionale di Vado Ligure**. L'automazione e la gestione intelligente della piattaforma mostrano invece il futuro della logistica in ambito portuale, con un livello di innovazione che raggiunge i massimi livelli nel settore dell'automazione. Futuro che viene ripreso dalla relatrice **dott.ssa Varna**, Dirigente del Servizio sistemi informativi, telematica e sistema di gestione dell'**Autorità di Sistema Portuale del Mar Ligure Occidentale**, perché il porto è un sistema molto complesso che richiede una visione strategica a tutto tondo per integrare la trasformazione digitale che riguarda ogni ambito di questo sistema. L'innovazione deve quindi crescere nei vari settori in modo guidato affinché l'intero sistema ne benefici e non ne risenta.

Chiude la bella serata l'intervento dell'**ing. Pescetto**, Head of Marine Innovation di **RINA** che presenta **RINACube**, la piattaforma digitale sviluppata da RINA su cloud per i servizi marine e degli altri business che permette la gestione efficiente e sicura degli asset sfruttando avanzate capacità di analisi come machine learning estraendo valore dai dati. La digital transformation attraverso RINACube interesserà non solo i clienti di RINA ma anche i processi interni garantendone la standardizzazione e migliorandone l'efficienza.

Molte le richieste di approfondimenti e le domande dalla sala, per un evento che già in molti chiedono di ripetere in futuro.

Stay tuned!

Per informazioni e contatti scrivere a: **info@ctiliguria.it**

Dal CDTI Roma

Il regolamento europeo sulla protezione dei dati e l'impatto sulle aziende. Un'analisi a cinque mesi dall'efficacia della nuova norma

A cura di Riccardo Cocozza - Data Protection and GRC Specialist, ISO 27001 Lead Auditor, DPO Team leader

Dal 25 maggio 2018 è pienamente efficace il regolamento europeo 2016/679 relativo alla protezione delle persone fisiche, con riguardo al trattamento dei dati personali (comunemente noto con il termine GDPR). Per consentire l'armonizzazione della norma europea con le prescrizioni in essere nell'ordinamento italiano, il 4 settembre è stato pubblicato in Gazzetta Ufficiale il decreto legislativo 101, che novella e attualizza il Decreto Legge 196/03 "Codice della privacy". Possiamo quindi dire che, ad oggi, il nostro Paese abbia definitivamente un apparato regolatorio sull'utilizzo dei dati personali delle persone fisiche, pienamente legittimo e conforme alle prescrizioni di Bruxelles. Ma nei primi cinque mesi di applicazione, quali difficoltà hanno incontrato realmente le imprese nel proprio processo di adeguamento alle nuove regole?

- Il gdpr non è il regolamento "privacy". Il regolamento, infatti, è centrato sul tema della protezione delle informazioni, che oltre alla più nota "riservatezza" (ovvero la privacy nell'accezione comune), deve tenere conto di due aspetti altrettanto importanti, la disponibilità e l'integrità dei dati stessi. Ne consegue la necessità di affrontare tematiche spinose ed estremamente costose, quali ad esempio la continuità operativa ed il disaster recovery.
- Il titolare è responsabilizzato interamente (accountability), ovvero è lui a definire finalità, mezzi e modalità del trattamento, sulla base di valutazioni di adeguatezza interamente a suo carico. Decadono allegati e misure minime, non esistono più ricette precompilate, ma il tutto si basa su una profonda conoscenza del contesto e dei dati, precisamente documentata e dimostrabile.
- Scarsa cultura del rischio. Se il titolare è interamente responsabile delle scelte che adotta, lo dovrà fare sulla base di valutazioni accorte. Nello specifico, qualunque strategia deve basarsi su un'attenta identificazione degli scenari di rischio, che incombono sui dati. Solo la ponderazione delle vulnerabilità e delle minacce, potrà essere considerata una corretta base decisionale per stabilire l'adeguatezza delle misure tecniche ed organizzative adottate.

- La discrezionalità apparente di alcuni adempimenti. Spetta al titolare identificare l'obbligatorietà o meno di alcuni adempimenti, dimostrandone la scelta con opportuna documentazione. La nomina del responsabile della protezione dei dati, l'adozione del registro dei trattamenti, la conduzione di valutazioni di impatto sono attività che possono dipendere dal contesto in cui l'azienda opera, dalla tipologia dei dati che tratta, dalla numerosità e sistematicità delle informazioni, dagli impatti potenziali che i trattamenti possono avere sugli interessati. Valutazioni per alcuni aspetti estremamente soggettive e facilmente impugnabili dall'Autorità se documentate superficialmente.
- Il ritardo della normativa di armonizzazione. La pubblicazione dopo più di due anni da quella del GDPR (risalente all'aprile 2016) e, soprattutto, quattro mesi dopo l'entrata in piena efficacia, non ha supportato le imprese e la comunità di professionisti nella piena comprensione della norma. Sarà necessario un periodo di interiorizzazione per l'attuazione efficace del codice novellato.
- Il decreto "Semplificazione" del 2012, abrogando l'obbligatorietà di tenuta del documento programmatico sulla sicurezza, ha di fatto calato il sipario sulle tematiche legate alla protezione delle informazioni, che ora ritornano prepotentemente sulla scena.

Lo spauracchio delle sanzioni elevatissime (fino a 20 milioni di Euro) ha sicuramente contributo ad alzare l'attenzione sul tema, da sempre considerato secondario. Lo dimostra il primo bilancio dell'Autorità Garante che, a settembre 2018, ha comunicato la nomina di 40.738 responsabili della protezione dei dati, la presentazione di 2.547 reclami e segnalazioni (+41% rispetto allo stesso periodo 2017), 7.200 richieste di chiarimenti all'URP (+63% rispetto allo stesso periodo 2017). I dati del Garante sono ulteriormente confermati da quelli del mercato della sicurezza, che segna un +10,8% di investimenti nel 2017 (fonte Netconsulting Cube) ed una previsione analoga per il quarto trimestre 2018, per un totale di quasi 900 milioni di Euro all'anno (il 3% dell'intero mercato dell'information tecnology italiano).

Nei prossimi mesi, dovremo necessariamente attenderci un cambio di passo, sia da parte dell'Autorità Garante, che dovrà essere più presente e produttiva (al pari dei propri omologhi europei), che da parte dell'Impresa, che dovrà cambiare mentalità, fare rete ed imparare dalle buone pratiche.

I professionisti e i consulenti avranno un ruolo centrale nei processi di transizione e a loro spetta la responsabilità più gravosa, quella dell'aggiornamento continuo e costante non solo sulla normativa "teorica", ma soprattutto sulle prassi quotidiane, che il resto dell'Europa sta adottando per garantire elevati standard di protezione agli interessati.

Dal ClubTI Milano

Come la blockchain può diventare un vantaggio per la filiera del Fashion

Il settore del Lusso è caratterizzato da una filiera complessa, formata da attori che spesso risiedono in paesi differenti, con tutte le conseguenti complicazioni linguistiche logistiche e regolamentatorie cui le aziende devono adeguarsi, e caratterizzata, soprattutto nelle fasi iniziali della catena dall'assenza di processi digitalizzati e dalla carenza di sistemi informativi a supporto.

Questo si traduce in una non sufficiente trasparenza e tracciabilità del prodotto nelle varie fasi e lavorazioni intermedie del prodotto, che porta tra le varie conseguenze anche a un rischio maggiore di frodi e contraffazioni con tutto quanto ne consegue in termini economici e di minor forza lavoro impiegata.

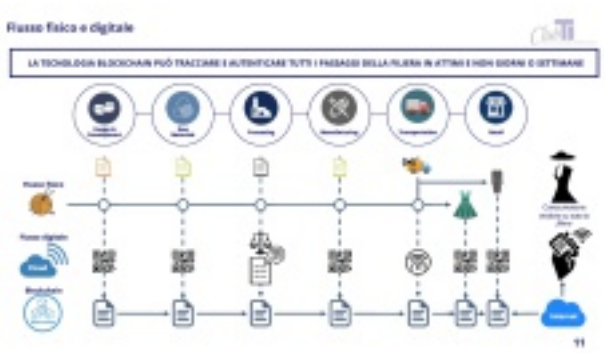
In una realtà dove il consumatore, in particolare le nuove generazioni, è sempre più attento ai temi di sostenibilità e vuole avere informazioni relative ai prodotti che acquista, le aziende dovranno sempre di più conseguire una logica di profitto sostenibile, dove i fattori di sostenibilità sono di carattere ambientale, sociale ed etico. La trasparenza nel perseguire e nel certificare le attività volte a soddisfare questi requisiti diventa quindi fondamentale per garantire la fiducia nel marchio.

ClubTi Milano in partnership con SC Italia, ha partecipato all'organizzazione dell'evento tenutosi a ottobre presso Assolombarda dal titolo: "**SUSTAINABLE FASHION 2018**".

Chiediamo all'**Ing. Ascanio Baldeschi di ClubTI Milano** "come la blockchain possa diventare un vantaggio competitivo per la sostenibilità".

"In un ecosistema complesso qual è quello di una filiera produttiva come quella del settore del Lusso, la blockchain può essere sicuramente una delle tecnologie abilitanti a garantire trasparenza nei processi" ci dice Baldeschi. "A mio parere deve però prima di tutto essere fatto un cambio di mentalità da parte di tutti gli attori della filiera, consumatore incluso. La collaborazione diventa un fattore abilitante e le parti decidono di collaborare se:

- c'è un obiettivo che non può essere raggiunto individualmente;
- c'è valore per tutte le parti nel raggiungere l'obiettivo.".



"Se concettualmente tutti condividono che trasparenza e tracciabilità sono dei fattori importanti per il servizio e il rapporto che hanno col cliente, di fatto nessuno è disposto ad effettuare il primo passo se non gli porta un vantaggio individuale".

"La blockchain, insieme ad altre tecnologie che con essa possono interagire come dispositivi IoT o RFID, può generare valore per l'ecosistema con la certificazione delle singole fasi del processo che portano allo sviluppo del prodotto fino ad avere il prodotto finito in scaffale, così come aggiungono valore i documenti associati che vengono prodotti. Non vengono più scambiati sono i prodotti, ma a un flusso logico si affianca un flusso digitale certificate che aggiunge valore a tutti gli attori della filiera".

Di fatto dalle parole dell'Ing Baldeschi capiamo come certificare i processi porta un vantaggio a tutto l'ecosistema: produttori, attori intermedi della value chain fino al consumatore finale.

Il consumatore sarà consapevole di quello che compra; scannerizzando con il suo smartphone un tag elettronico (es. Qr code) avrà la possibilità di ricostruire la storia del prodotto finito con estrema precisione.

Il produttore potrà trarne notevoli benefici tra i quali:

- Aumentare la riconoscibilità nel mercato
- Diminuire il rischio di frodi e falsificazioni
- Abbattere costi e tempi grazie all'uso di smart contract, che rendono automatici processi oggi gestiti in modalità manuale
- Incrementare la fiducia tra brand e consumatori
- Difesa del Made in Italy