





La newsletter dei Professionisti dei Sistemi Informativi delle Telecomunicazioni e dell'Organizzazione. Periodico mensile di FIDA Inform, Federazione Italiana delle Associazioni Professionali di Informativi delle Telecomunicazioni e dell'Organizzazione.

L'editoriale

NEVERENDING STORY



Siamo agli sgoccioli dell'anno in un incalzare di acquisizioni, nomine e cambi al vertice. Ma con ancora molti punti interrogativi sui percorsi che aziende e PA faranno guidati dai nuovi manager. Giusto un paio di esempi. In ambito pubblico, per dare continuità al lavoro fatto dal team di Diego Piacentini, arriva la nomina di Luca Attias come commissario straordinario per l'attuazione dell'Agenda Digitale, sostenitore della svolta digitale della PA non solo per ridurre sprechi ed efficientare i processi, ma soprattutto per garantire migliori servizi ai cittadini. Una Italia in cui il dibattito sull'innovazione e sulla spinta agli incentivi alla modernizzazione è ancora in corso sui tavoli del governo.

In ambito privato, la nomina più rumorosa è quella di Luigi Gubitosi, il nuovo amministratore delegato di TIM, che arriva dalla cordata favorevole allo scorporo della rete telefonica che potrebbe anticipare la costruzione di una rete unica con TIM e Open Fiber. Ma che avvia una discussione complessa tra governo e i due fondi che compongono il cda di TIM (Elliott e Vivendi).

E poi... le acquisizioni e le quotazioni in borsa. La più eclatante a livello mondiale quella di IBM che compra Red Hat per 34 miliardi di dollari spingendo su multi cloud e open source e smuovendosi dal torpore di questi ultimi anni, se paragonato all'incalzare nel cloud di aziende come Google, Microsoft e Amazon Web Services. Quest'ultima ha deciso di aprire una nuova regione europea con tre datacenter in Italia entro il 2020, un segnale molto forte per l'investimento nel nostro Paese, a vantaggio delle imprese locali e nel rispetto delle normative e della protezione dei dati.

E poi... le acquisizioni continuano anche a livello locale, in una fase di consolidamento degli operatori che tocca soprattutto le aziende che portano la tecnologia in casa dei clienti: come Lutech, che compra al ritmo di un acquisto al mese per rafforzarsi in tutti i vertical di mercato, ultima azienda salita a bordo Tecla.it. O come le mosse del system integrator Digital Value che si quota al segmento AIM di Borsa Italiana, punto di partenza di un progetto imprenditoriale che mira alla crescita dimensionale dell'azienda.

Sembra che consolidarsi faccia bene alle aziende. Neverending story, un novembre (fortunatamente) vivace.

Terremoto TIM con cambio al vertice, in gioco il futuro della rete



uigi Gubitosi è il nuovo Amministratore ✓ Delegato e Direttore Generale di TIM. parte della cordata del fondo Elliott, favorevole allo scorporo della rete telefonica e al progetto per la costruzione di una rete unica, con TIM e Open Fiber insieme. Inizia una nuova discussione tra Governo, Elliott e Vivendi (socio di maggioranza di TIM) che vede al centro il futuro della rete, e dell'azienda.

A PAGINA 2

IBM compra Red Hat



BM acquisisce Red Hat per un controvalore di 34 miliardi di dollari, spingendo su multi cloud e open source. Il più grande investimento che IBM abbia mai fatto in 107 anni di storia in ambito software. Ad annunciarlo congiuntamente i due Ceo, Ginni Rometty di IBM e Jim Whitehurst di Red Hat.

A PAGINA 6



Digital Health Summit, il Digitale cambierà la Sanità



AWS, a Milano la nuova regione europea

A PAGINA 3

A PAGINA 8

A PAGINA 4



Tutto su VMworld Europe

A PAGINA 7



Lutech acquisisce Tecla.it



Barometro Cybersecurity 2018

A PAGINA 9



Digital Value debutta in borsa



Notizie dai Club

A PAGINA 13

A PAGINA 3

Notizie dall'Italia

Terremoto TIM con cambio al vertice, in gioco il futuro della rete

Luigi Gubitosi è dal 18 novembre il nuovo Amministratore Delegato e Direttore Generale di TIM. Per la prima volta nella storia del primo operatore di TLC italiano, la nomina dell'AD non è stata all'unanimità. Gubitosi è stato infatti nominato dal consiglio di amministrazione in assemblea straordinaria, con il favore dei 9 consiglieri eletti nella lista del fondo attivista Elliott (che ha l'8,8% del capitale) e il parere contrario dei 5 rappresentanti di Vivendi (azionista di maggioranza con il 23,9% del capitale ma in minoranza nel CdA). Gubitosi, cordata Elliott, unico astenuto dei 15 membri del board.

57 anni, commissario straordinario di Alitalia (da maggio 2017), ex Rai (direttore generale 2012-2015), ex Wind (amministratore delegato 2007-2011), Gubitosi dovrà lavorare su tre piani: lo scorporo della rete telefonica verso la nascita di un unico operatore dalla fusione tra TIM e Open Fiber (posseduta al 50% da Enel e al 50% da Cassa Depositi Prestiti), la cessione della attività non core business per l'azienda (come TIM Brasil) e la definizione di un nuovo assetto che riposizioni TIM come società di servizi.

Una TIM che è ai suoi minimi storici (-77% del suo valore al momento della nomina) e che ha visto cambiare da marzo 2011 ben quattro amministratori delegati (Marco Patuano 2011-2016, Flavio Catta-

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

2 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 <u>CLICCA QUI</u> neo, 2016-2017, Amos Genish 2017-2018) fino a Gubitosi neo eletto. Genish (sfiduciato il 13 novembre e uomo di Vivendi) ha definito la nomina «un capitolo triste per la storia del gruppo che divide i due principali azionisti» chiedendo nuova assemblea entro inizio 2019. Gubitosi ha invece messo l'accento, appena nominato, sul progetto verso una unica rete: «TIM ha una grande storia ed un capitale umano da valorizzare per vincere la sfida del mercato, incrementare la generazione di cash flow per ridurre il debito ed esaminare con attenzione e velocità il progetto per la costituzione di una rete unica».

Le questioni aperte sono molte per TIM (debito cronico, telefonia con margini sempre più ridotti, rapporti con le controllate, clausola occupazionale, esuberi, sindacati...) frutto di una storia complicata negli anni e spesso difficile da seguire. Ma il tema scottante rimane il futuro della rete, in gioco la sua neutralità, l'entrata di nuovi operatori come Iliad e i rapporti di forza tra pubblico e privato.

Il governo spinge per dare vita a un unico interlocutore, nato dalla fusione tra gli asset di TIM e la fibra di Open Fiber, con l'intento di creare un'unica rete a banda ultralarga senza duplicazioni, sotto il controllo pubblico.

Ma ad oggi i tre attori in campo – governo, Vivendi ed Elliott – seppure schierati sulla stessa linea di partenza hanno traguardi ben diversi: il governo



Luigi Gubitosi, Amministratore Delegato di Tim

vorrebbe favorire la metamorfosi di TIM da società privatizzata a società a controllo pubblico e lo scorporo della rete di telefonia, Vivendi ne rimane fortemente ostile (*«La separazione totale della rete è una follia»* a detta del Ceo, Arnaud De Puyfontaine), mentre Elliott da sempre favorevole allo scorporo della rete deve gestire l'opposizione forte di Vivendi. Una ripartenza difficile.

Nessun risultato può essere scontato, anche se un recente emendamento del decreto fiscale dà ad Agcom maggiori poteri nel caso della nascita di una unica società di TLC, spingendo verso quella direzione. Siamo all'inizio di una ennesima battaglia, TIM al centro. Vedremo dove i tre sposteranno il traguardo.

Carriere

Congratulazioni a...

- Augusto Abbarchi è Senior Vice President, Head of A&N 2050 and Competence Center and Support Services Go-to-Market di Software AG
- Roberto Brugora è Senior Enterprise Executive di Dell Financial Service
- Linda Cecconi è Direttore Generale di Anitec-Assinform
- Nino D'Auria è Board Advisor & Regional Director Europe South di GIG Technology
- Glauco Galati è Public Sector Manager di Hexagon Safety & Infrastructure
- Francesca Grilli è Sales & Marketing Director della divisione Advertising di Triboo
- Christian Parmigiani è Chief Executive Officer di 4ward
- Natasha Perfetti è Country Marketing Manager per l'Italia di Lenovo
- **Emiliano Rantucci** è General Manager di Avanade Italy e succede a **Mauro Meanti** che assume il ruolo di Coo di Avanade Europe; **Monica Vetrò** è Direttore Vendite Avanade Italy
- Lisa Su, Presidente e Amministratore Delegato di AMD, è Presidente del CdA di Global Semiconductor Alliance (GSA)

Luca Attias nuovo commissario al Digitale

Luca Attias prende il posto di Diego Piacentini come Commissario straordinario per l'attuazione dell'Agenda Digitale.

In Corte dei Conti dal 1999, da sette Direttore Generale sistemi informativi automatizzati, Attias è ingegnere elettronico, romano, 53 anni, sostenitore del dialogo tra IT e business e della svolta digitale della pubblica amministrazione, non solo per ridurre sprechi e efficientare i processi, ma soprattutto per garantire migliori servizi ai cittadini.

Insieme a Piacentini, Attias ha lavorato negli ultimi due anni per rendere coerenti le innovazioni digitali della Corte dei Conti con i progetti del Team, impegnato nella costruzione del "sistema operativo" del Paese: una serie di componenti fondamentali sui quali costruire servizi più semplici ed efficaci tra i cittadini, le imprese e la Pubblica Amministrazione attraverso prodotti digitali innovativi.

Digital Value debutta all'AIM di Borsa Italiana

Digital Value fa il suo esordio sull'AIM Italia di Borsa Italiana; un'operazione che rappresenta un importante passo nel percorso di sviluppo del gruppo, punto di partenza di un progetto imprenditoriale che mira alla crescita dimensionale.

Il gruppo, tra i principali IT solution e system integrator del mercato italiano, nasce dall'operazione di consolidamento al 100% di due storici operatori italiani del settore: **Italware** e **ITD Solutions**, con sede rispettivamente a Roma e Milano.

Digital Value implementa e gestisce soluzioni progettuali innovative consolidando all'interno del gruppo competenze e specializzazioni che offrono una copertura completa nella richiesta di innovazione tecnologica da parte delle aziende. In particolare, l'azienda svolge attività di ricerca, progettazione, sviluppo e commercializzazione di soluzioni e servizi IT per la digitalizzazione di clienti large account operanti nei settori Tlc, trasporti, utilities, finance, Industria e PA.

Il gruppo ha realizzato nell'ultimo bilancio consolidato 2017 ricavi per 259 milioni di euro, un Ebitda consolidato 19,6 milioni di euro e conta oggi un capitale umano di oltre 200 risorse; la generazione di cassa a doppia cifra e la solidità patrimoniale spingono oggi il gruppo a valutare processi di ulteriore aggregazione nel settore.

«La quotazione in Borsa – dichiara Massimo

Rossi, Presidente Esecutivo di Digital Value e socio di riferimento della società

- rappresenta il coronamento di un percorso di crescita ultradecennale ed il punto di partenza di un progetto imprenditoriale di maggiore dimensione, con lo sviluppo di specializzazioni e competenze a beneficio della competitività della nostra clientela, operante in settori strategici per l'intera

economia italiana. Perseguiremo obiettivi di creazione di valore a beneficio dei nostri stakeholder, proseguendo il nostro percorso di crescita virtuoso e sostenibile».

«Affrontiamo la quotazione con l'intenzione di ampliare ulteriormente la nostra offerta di servizi di digital transformation, con l'obiettivo di rafforzare la nostra capacità di supportare e abilitare le imprese clienti nel proprio percorso di adozione di soluzioni digitali – commenta Carlo Brigada, Vice Presidente Esecutivo di Digital Value -. Digital Value costituisce un progetto di aggregazione di competenze e risorse che potrà ulteriormente ampliarsi configurandosi come polo di attrazione e player di



riferimento del mercato italiano delle soluzioni digitali per il mercato dei large account».

L'ingresso di Digital Value nel **segmento riservato alle Pmi italiane** della Borsa valori di Milano avviene nello specifico a seguito di un'operazione promossa da **Electa Ventures** – pioniere italiano di SPAC e Pre-booking Company condivisa con IPO Club quale cornerstone investor. Attraverso tale negoziato, Digital Value ha potuto accedere a capitali e listino, costituendo il **primo caso del format SPAC In Cloud**, proposto in esclusiva sulla piattaforma di private placement Elite Club Deal, alla quale hanno aderito importanti investitori istituzionali e privati aderenti al collocamento regolato da CFO SIM.

AWS apre a Milano una nuova regione europea



mazon Web Services aprirà per l'inizio del 2020 una nuova regione europea in Italia, a Milano, che comprenderà tre zone di disponibilità (Availability Zone) e sarà la sesta nel Vecchio Continente accanto a Francia, Germania, Irlanda, Regno Unito e Svezia.

Ad oggi AWS conta 57 zone di disponibilità (in 19 regioni geografiche nel mondo) alle quali se ne aggiungeranno altre 12 in quattro regioni (Bahrain, Hong Kong SAR, Sud Africa e Svezia) entro fra la fine del 2018 e la prima metà del 2020.

L'apertura della regione in italiana permetterà ai clienti del nostro paese di avere una minore latenza sui servizi di AWS, di archiviare i propri dati in prossimità con i requisiti delle normative locali, in conformità con il Gdpr, nel rispetto dei più alti livelli di sicurezza e protezione dei dati. «Le organizzazioni italiane, dalle startup alle imprese fino al settore pubblico, disporranno nel proprio paese di infrastrutture per sfruttare tecnologie avanzate come gli analytics, l'intelligenza artificiale, i database, l'IoT,

il machine learning, i servizi mobili, le tecnologie serverless e molto altro ancora per spingere l'innovazione» dichiara la casa madre.

L'iniziativa ha avuto il plauso anche dal governo: «Un altro passo verso la Smart Nation – dichiara infatti il Ministro dello Sviluppo economico e del Lavoro Luigi Di Maio che legge l'investimento come un tassello importante della strategia che contribuirà a fare dell'Italia una Smart Nation -. Accogliamo con favore l'investimento di Amazon

Web Services in Italia. L'impegno di un importante player internazionale in ambito cloud dimostra come il nostro Paese può acquisire una centralità nel mondo del digitale. La sede del data center della AWS Europe (Milan) region renderà l'Italia la sesta regione AWS in Europa e sarà un vantaggio per le imprese, poiché le informazioni arriveranno più rapidamente e i processi interni saranno più veloci. Tutti i sistemi aziendali e della pubblica amministrazione potranno quindi contare su servizi più performanti».

Fra le aziende italiane che hanno migrato i workload critici su infrastrutture AWS troviamo CCH Tagetik, Decysion, Docebo, Eataly, Edizioni Conde Nast, Enel, Ferrero, GEDI Gruppo Editoriale, Imperia & Monferrina, Lamborghini, Mediaset, Navionics, Pirelli, Pixartprinting, SEAT Pagine Gialle, e Vodafone Italia. Tra le startup Beintoo, brumbrum, DoveConviene, Ennova, FattureinCloud, Musement, Musixmatch, Prima Assicurazioni, Satispay, SixthContinent, Spreaker e Wyscout.

Nel settore pubblico tra i clienti AWS, A2A Smart City, Città di Cagliari, Corte dei Conti, Istituto Centrale per i Beni Sonori ed Audiovisivi, Madisoft, Istituto Nazionale di Astrofisica, Istituto Nazionale di Genetica Molecolare, Università Online Pegaso, Politecnico di Milano, Politecnico di Torino, Regione Autonoma Sardegna, UniNettuno e Università degli Studi di Cagliari.

«L'annuncio di una Region AWS in arrivo in Italia ci trova favorevoli – dichiara Carlo Bozzoli, Global Information Officer di Enel -. Nel 2015 abbiamo intrapreso un percorso di trasformazione digitale per rivedere completamente il modo in cui operiamo come organizzazione. Una volta scelto AWS come nostro fornitore cloud, abbiamo migrato i carichi di lavoro da oltre 10.000 server on-premises su AWS e alla fine di quest'anno saremo al 100 percento nel cloud. Il passaggio ad AWS ha ridotto i tempi di fornitura delle risorse da settimane a giorni, il che ci ha permesso di accelerare l'innovazione, riducendo significativamente i costi».

Apprezzamento anche da parte Daniele Benedetti, Head of ICT Architectures and Innovation di Pirelli, che sfrutta AWS per costruire applicazioni affidabili, scalabili e sicure, come Cyber Car e Cyber Fleet: «Per accelerare ulteriormente l'innovazione abbiamo usato le tecnologie Serverless AWS, come AWS Lambda, Amazon Aurora e Amazon DynamoDB, oltre alle pratiche di DevOps che sono al centro del nostro processo di sviluppo, migliorando il time to market di nuove funzionalità per i clienti. Ora possiamo configurare gli ambienti di runtime in pochi giorni invece che in settimane e possiamo implementare nuovi microservizi e funzionalità in poche decine di minuti invece che in numerosi giorni».

Lutech cresce ancora con Tecla.it e si rafforza sul Retail & Fashion



on si ferma da mesi il processo di consolidamento di Lutech, che vede entrare nella compagine del gruppo nuove realtà in modo ormai quasi sistematico. La nuova società acquisita al 100% è Tecla.it che rafforza le competenze del gruppo nel mondo del fashion e del retail. Tecla.it è infatti specializzata nel digital commerce, sul mercato da 20 anni con sei sedi (cinque in Italia e una a New York) e impegnata in attività che affiancano i top brand del mondo Retail, Fashion e B2B, nella digital transformation, ideando e gestendo progetti di omnichannel e-commerce, product information management, customer engagement, considerate aree a grandissima potenzialità in questi settori.

Fanno il proprio ingresso nel Gruppo Lutech anche delle società controllate da Tecla.it: 2mlab, web agency esperta in UI/UX design e marketing digitale, e Stepfour, con impor-

tanti skill su piattaforma SAP Hybris. Inoltre, Tecla.it conta sulle competenze di oltre cento professionisti e su consolidate partnership internazionali con società in campo digitale, tra cui IBM, Informatica e SAP.

«L'acquisizione di Tecla.it va a rafforzare significativamente la focalizzazione e il posizionamento di Lutech in mercati di importanza strategica per il Gruppo, – dichiara **Tullio Pirovano, Ceo** Lutech Group —. Il know how e l'esperienza dei professionisti di Tecla.it permettono a Lutech di presidiare tutta la catena del valore delle soluzioni integrate di digital commerce con un'offerta unica, innovativa e completa a supporto della trasformazione digitale in mercati in forte trasformazione quali sono il Fashion e il Retail».

«Con orgoglio entriamo nel Gruppo Lutech, dove continueremo a essere il riferimento per la trasformazione digitale nelle aree Sales e Marketing nei settori Fashion, Retail e B2B. Grazie a Lutech il nostro team di esperti continuerà a crescere sul mercato internazionale mantenendo l'approccio innovativo che integra consulenza di business a competenze tecniche ad alto valore aggiunto» dichiara Carlo Visani, Ceo di Tecla.it.

«Far parte di Lutech significa generare nuove opportunità per i nostri clienti— sottolinea **Stefano Zauli, Coo e Cto di Tecla.it** —, che potranno svilupparsi con il supporto dei nostri professionisti e allo stesso tempo, beneficiare insieme a noi delle sinergie di Gruppo, accedendo a soluzioni sempre più integrate e innovative di customer engagement, Big Data e di Cognitive Computing».

Dallara sperimenta la virtual reality con PTC

In Dallara l'innovazione è di casa. A partire dalla Dallara Accademy, il nuovo edificio che a Varano de' Melegari, alle porte Parma, raccoglie in sé aree di laboratori didattici, formazione universitaria e una zona espositiva dove toccare con mano la storia dell'azienda, dalla Lamborghini Miura alla nuova Dallara Stradale.

L'azienda nasce dall'iniziativa di Giampaolo Dallara, il progettista che dopo aver collaborato con Ferrari, Maserati, Lamborghini e De Tomaso, nel 1972 realizza il sogno di creare una sua casa automobilistica.

Da allora, Dallara progetta e produce vetture da competizione, con una presenza in diversi tipi di corsa, dalla F1 all'Indycar, alla GP2, alla Formula 3, ma è impegnata anche nella produzione di componenti per mercati di contesti diversi come quello aerospaziale (SpaceX), o dei treni ad alta velocità; un business che porta oggi l'azienda a ottenere ricavi per 60 milioni di dollari e a contare oltre 180 dipendenti.

Dallara è proiettata verso la fabbrica 4.0 e impegnata nella ricerca di elevati standard in termini di innovatività, performance e sicurezza per supportare il cliente e offrire consulenze a grandi costruttori (tra questi, Alfa Romeo, Audi, Bugatti, Ferrari, KTM, Lamborghini, Maserati, Porsche), strategia che realizza grazie alla rete dei partner, molti dei quali presenti sul territorio della cosiddetta motor valley, in Val di Ceno.

Tra i partner, un ruolo importante lo gioca PTC, che dal 1993 mette a fattor comune strumenti di progettazione e che nel 1998 ha siglato con Dallara un accordo di partnership tecnica per la modellazione 3D e la gestione del ciclo di sviluppo del prodotto. La collaborazione vede oggi PTC contribuire al più nuovo progetto del gruppo automobilistico, la Dallara Stradale, una biposto con telaio in fibra di carbonio molto vicina ad un'auto da competizione,

e prima vettura omologata per la strada (tra le caratteristiche tecniche, un motore 2300cc con 4 cilindri Turbo, peso di 855 kg, velocità massima di 280 km all'ora). A sostenere le strategie innovative per lo sviluppo della factory parmense ed il progetto Dallara Stradale in particolare è Andrea Pontremoli, Ceo & General Mana-

ger di Dallara Automobili, da 11 anni nell'azienda e con un passato di 27 anni in IBM, che spiega: «La simulazione ha un valore altamente strategico per la nostra azienda, perché offre la possibilità di commettere errori a basso costo; avere la capacità di prototipare consente infatti di dimostrare al cliente che quello che hai studiato funziona nel concreto, con efficacia ed efficienza, prima ancora di realizzare il prodotto».

Sono quindi tre gli elementi strategici della specializzazione di Dallara: la progettazione di componenti meccaniche con materiali compositi in fibra di carbonio; l'aerodinamica, anche mediante l'uso della Galleria del vento e della CFD – Computational Fluid Dynamics; la simulazione e lo studio della dinamica del veicolo attraverso strumenti IT come il simulatore di guida, dove si testano i modelli matematici prima ancora di creare l'auto. Il simulatore offre agli ingegneri, alle squadre e ai piloti la possibilità di provare e sviluppare tutto il setup della vettura e i sistemi di analisi dati, di ottimizzare la tecnica di guida e di apprendere nuove piste.

«Incorporare le informazioni che arrivano dal mondo fisico nel virtuale e viceversa utilizzando strumenti nuovi per fare le cose più velocemente e



meglio – è la ricetta di **Fabrizio Ferro, Direttore Tecnico PTC** -. Dallara Stradale rappresenta per
PTC un esercizio sui tre elementi fondamentali
dell'azienda di cui si è parlato, e dove la nuova
frontiera è rappresentata da stampa 3D, smart manufacturing, IoT, analytics, VR e AR, manifattura
additiva e software di simulazione», strumenti utilizzati grazie alle soluzioni PTC nella fase di progettazione dell'automobile. «Augmented reality,
come proiezione digitale in realtà virtuale, un fenomeno emergente che aiuterà in futuro, e Virtual reality come concetto non ludico ma portatore di valore aggiunto».

La produzione di Dallara Stradale vede l'utilizzo di tre diverse soluzioni di PTC utilizzate per la progettazione: Creo, per l'ideazione di modelli digitali in 3D e prototipi grazie alla stampa additiva e per la verifica di possibili integrazioni con componenti realizzate da fornitori esterni come quelle in fibra in carbonio; Creo View, che consente di visualizzare forme e funzionalità del progetto, anche da parte di personale non specializzato nel CAD; Windchill con funzionalità per il controllo di gestione, deadline, accesso e condivisione delle informazioni relative ai prodotti in modo sicuro all'interno dell'azienda in tutti i reparti.



IBM compra Red Hat per 34 miliardi di dollari

I BM compra Red Hat per 34 miliardi di dollari, l'equivalente di 190 dollari per azione. Si tratta della più grande acquisizione di sempre per IBM nel mercato del software (nei suoi 107 anni di storia), destinata a ribaltare gli equilibri nel mondo del cloud di fascia enterprise, dove IBM sta spingendo multi cloud e hybrid cloud per recuperare terreno contro le grandi concorrenti: Amazon Web Services, Microsoft e Google. E con Red Hat, parte integrante dell'offerta, il colosso americano porta in casa una componente strategica che completa l'offerta, «facendo di IBM il primo provider in assoluto sul mercato del cloud ibrido» dichiara Ginni Rometty, Ceo di IBM.

I due Ceo – **Ginni Rometty di IBM e Jim Whitehurst di Red Hat** – annunciano congiuntamente l'acquisizione, da una parte spingendo sulla necessità delle aziende enterprise di abbracciare la logica dall'altra sulla scelta dell'open source come logica prediletta.

Insieme le due aziende (che vantano una partnership di lunga data, da più di 17 anni collaborano sull'infrastruttura IT dei clienti, con Red Hat Enterprise Linux certificato per essere eseguito su tutte le piattaforme di server IBM, inclusi i sistemi Power) ottimizzeranno economie di scale e offerta di cloud ibrido in aziende enterprise che ancora oggi hanno i workload più strategici su sistemi proprietari e non hanno ancora avviato il percorso di cloud transformation.

L'impegno preciso è quello di portare avanti i rispettivi ambiti dando una mano agli sviluppatori per far crescere la community open source, rispettando gli approcci di open governance e open innovation di Red Hat, e spingendo le tecnologie di IBM in ambito Linux, container, kubernetes, oltre che le partnership con i grandi cloud provider, da Amazon Web Services a Microsoft Azure, da Google Cloud ad Alibaba. «IBM e Red Hat rimarranno concentrate nell'assicurare la continua libertà dell'open source, attraverso iniziative come la Patent Promise, GPL Cooperation Commitment, Open Invention Network e LOT Network» precisa Rometty. Nel rispetto reciproco di entrambe le strategie.

Tant'è che Red Hat sarà una business unit indipendente all'interno della team Hybrid Cloud di IBM (che oggi ha un giro un giro d'affari da 19 miliardi di dollari), manterrà il quartier generale a Raleigh, North Carolina, e Whitehurst continuerà a ricoprire il proprio ruolo. «Red Hat sarà sempre Red Hat. Quando la transazione sarà conclusa, rimarremo una unità distinta entro IBM e io risponderò direttamente a Ginni – precisa Whitehurst -. Unendo le forze con IBM avremo portata, risorse e capacità maggiori per accelerare l'impatto dell'open source come base per la trasformazione digitale e portare Red Hat a un pubblico ancora più ampio, il tutto preservando la nostra cultura unica e l'impegno costante verso l'innovazione open source».

In una lettera ai dipendenti, Whitehurst ricorda i 25 anni di storia dell'azienda e che quando entrò nel gennaio 2008, Red Hat contava 2.200 associati con a portafoglio "solo" Red Hat Enterprise Linux e Red Hat



JBoss Middleware, pur essendo la prima azienda che fatturava già 500 milioni di dollari nell'open source. Oggi conta circa 12.600 Red Hatters con un porfolio di soluzioni che vanno dall'infrastruttura di cloud ibrido, all app cloud native, con soluzioni di automation e management. «Stimiamo che il nostro mercato indirizzabile sarà di 73 miliardi di dollari entro il 2021 e in un mondo guidato dal software crediamo che l'open source sia la componente chiave. Powered by IBM, noi possiamo drammaticamente scalare e accelerare quello che abbiamo fatto fino ad oggi» conclude.

Gli analisti sono concordi nell'affermare che IBM con l'acquisizione di Red si rafforzerà nella competizione con Azure di Microsoft, Google Cloud e AWS di Amazon e potrà fare crescere il proprio fatturato cloud.

L'acquisizione, approvata dai due consigli di amministrazione, è in attesa del voto degli azionisti di Red Hat e degli organi regolatori e dovrebbe chiudersi, se tutto andrà come previsto, nella seconda metà del 2019.

X-Reality nel Manufacturing: vantaggi dalla prototipazione alla formazione





olmare l'abisso tra il mondo reale e quello digitale che ci impedisce di sfruttare a pieno i volumi di informazioni. E' questo ciò che si propongono le tecnologie di **Mixed Reality**, dall'**AR** al **VR**, i cui ambiti di applicazione sono trasversali, e dove il Manufacturing presenta alcuni dei casi d'uso più interessanti.

I processi produttivi sono intrinsecamente complessi, richiedono centinaia o addirittura migliaia di passaggi e gli errori possono rivelarsi particolarmente costosi. In questo ambito, l'Augmented Reality può fornire le informazioni corrette al momento giusto agli operai sulle linee di assemblaggio, riducendo gli errori, migliorando l'efficienza e incrementando la produttività.

Nelle **fabbriche**, l'AR può acquisire informazioni da sistemi di automazione e controllo, sensori secondari e sistemi di gestione delle risorse e rendere visibili importanti dati di monitoraggio e diagnostica relativi ad ogni macchina o processo. La visualizzazione di informazioni qua-

li l'efficienza e le percentuali di difetti nel contesto aiuta i tecnici di manutenzione a comprendere i problemi, e richiede agli operai di effettuare una manutenzione proattiva che potrebbe impedire costosi tempi di inattività.

Questo è possibile anche grazie alla definizione di **Digital Twin, rappresentazioni virtuali di un oggetto fisico o di un sistema lungo il suo ciclo di vita** (progettazione, costruzione, funzionamento), in grado di sfruttare dati operativi in tempo reale e altre fonti per consentire la comprensione, l'apprendimento, e la ricalibratura dinamica per prendere migliori decisioni all'interno dei processi produttivi. Fondamentale, in questo caso, il collegamento con sistemi loT e di analisi avanzata dei Big data, così come l'interoperabilità tra gli stessi.

La X-Reality può comunque creare valore per il business in due modi: in primo luogo, integrandosi e diventando parte dei prodotti stessi e in secondo luogo, migliorando le prestazioni lungo la catena del valore, nello sviluppo del prodotto, nella produzione, ma anche nel marketing, nella logistica, o nel customer service. Numerosi ambiti di applicazione per quella che promette di diventare la "nuova computing platform".

In ambito progettazione, la X-reality consente ai modelli 3D di sovrapporsi al mondo fisico come ologrammi, migliorando la capacità degli ingegneri di valutare e migliorare i progetti. Ad esempio, un ologramma 3D a grandezza naturale di un modello può essere posizionato a terra, dove gli ingegneri potranno osservarlo a 360 gradi e persino "entrare" dentro il progetto.

L'X-Reality contribuisce a rendere interattivi la **formazione** e il coaching dei dipendenti, al contempo consentendo di ridurre i costi associati. Queste funzioni critiche, che migliorano la produttività della forza lavoro, sono intrinsecamente costose per l'azienda, richiedono un effort notevole e spesso offrono risultati non uniformi. Ad esempio, i video didattici standard non sono interattivi e non possono adattarsi alle esigenze di apprendimento individuali, mentre la formazione in aula è spesso costosa e richiede a studenti e insegnanti di riunirsi più volte fisicamente.

Contesti di mixed reality affrontano questi problemi fornendo indicazioni visive passo-passo in tempo reale, in loco, su attività come l'assemblaggio di un prodotto, il funzionamento di una macchina o i prelievi da magazzino. Le rappresentazioni schematiche bidimensionali di una procedura in un manuale, ad esempio, diventano ologrammi 3D interattivi che guidano l'utente attraverso i processi necessari. Inoltre, la X-Reality consente di adattare e personalizzare le istruzioni all'esperienza di un determinato lavoratore o di riflettere la prevalenza di errori particolari.

SAP cresce nell'Experience Management con Qualtrics



AP mette a segno un'acquisizione che introduce nel portafoglio nuove competenze nell'ambito dell'Experience Management. Entra infatti a far parte del gruppo tedesco **Qualtrics**, azienda che opera a livello globale nel software con la sua XM Platform che combina dati di experience e operativi per attivare l'economia dell'esperienza.

In un mondo in cui le imprese rimangono competitive sulla base delle esperienze che offrono, XM Platform di Qualtrics si propone di raccogliere feedback e dati per le quattro aree fondamentali di un'azienda: clienti, dipendenti, prodotto e brand.

L'accordo è definitivo – già approvato da entrambi i CdA ma soggetto alle consuete condizioni di closing e in attesa delle autorizzazioni normative -, dovrebbe concludersi nella prima metà del 2019. Il valore della transazione è 8 miliardi di dollari e comporta l'acquisizione da parte di SAP di tutte le azioni in circolazione di Qualtrics; investimento a fronte del quale SAP ha

ottenuto finanziamenti per 7 miliardi di euro.

Qualtrics manterrà i propri headquarter a Provo, Utah, e Seattle, Washington, così come Ryan Smith continuerà a guidare l'azienda in qualità di Ceo.

«Cerchiamo continuamente opportunità di trasformazione e questo annuncio va esattamente in quel senso – commenta Bill McDermott, Ceo di SAP -. Insieme, SAP e Qualtrics rappresentano un nuovo paradigma, simile ai cambiamenti avvenuti nel mercato dei sistemi operativi dei device personali, dei dispositivi intelligenti e dei social network. SAP tocca già il 77% delle transazioni mondiali. Combinando i dati operativi con i dati sull'esperienza di Qualtrics, accelereremo la categoria XM con una soluzione endto-end scalabile immediatamente a livello globale».

Insieme, SAP e Qualtrics forniranno una migliore esperienza end-to-end e un sistema di gestione operativa per rendere le proprie organizzazioni più solide. I due gruppi offriranno infatti congiuntamente il potenziale trasformativo degli Experience Data (X-Data) combinati con gli Operational Data (O-Data). L'Experience Management (XM) si focalizza sull'ottenimento e sulla valorizzazione del feedback di clienti, dipendenti, prodotti e brand. La combinazione dei dati e degli insight di Qualtrics con i dati operativi esclusivi di SAP consentirà ai clienti di gestire meglio la supply chain, i network, dipendenti e processi core.

«La combinazione Qualtrics-SAP conferma che l'experience management è la nuova frontiera rivoluzionaria per l'industria tecnologica — aggiunge McDermott —. SAP e Qualtrics stanno cogliendo questa opportunità come innovatori con la stessa mentalità, uniti per mission, strategia e cultura. Siamo convinti che ogni voce del cliente abbia valore, che ogni esperienza conti e che imprese gestite bene possano far funzionare meglio il mondo. Non vediamo l'ora di lavorare insieme a Ryan e ai suoi colleghi per i prossimi capitoli nella storia della gestione dell'esperienza».

Sfruttando gli oltre 413.000 clienti e una forza vendita globale di SAP di circa 15.000 persone, Qualtrics punta con questa operazione ad avere un più rapido sviluppo in tutto il mondo. In particolare, la società si aspetta che le entrate per l'intero anno 2018 superino i 400 milioni di dollari e stima un tasso di crescita superiore al 40%, escludendo le potenziali sinergie generate dall'operazione.

«La nostra missione è di aiutare le organizzazioni a offrire le esperienze che trasformano i loro clienti in appassionati, i dipendenti in ambasciatori, i prodotti in piacevoli ossessioni e i brand in legami indissolubili – Ryan Smith, Ceo di Qualtrics -. Supportato da un team globale di oltre 95.000 dipendenti, SAP ci aiuterà a crescere più rapidamente e a raggiungere la nostra missione grazie a un palcoscenico più ampio. Questo estenderà l'adozione della piattaforma XM in tempi rapidi. Siamo entusiasti di unire le forze con il team SAP in questa opportunità di promuovere l'economia dell'esperienza».

Ellison (Oracle): E' tempo di cloud di seconda generazione

A ll'Oracle OpenWorld 2018 di San Francisco, Oracle definisce come ogni anno roadmap e strategie e Larry Ellison, Presidente e Cto di Oracle, condivide la sua visione di cloud di seconda generazione.

Se il cloud di prima generazione sfrutta tecnologie vecchie, nella visione di Oracle, la Gen2 del cloud di casa è progettata per gestire in modo sicuro carichi di lavoro più impegnativi, grazie a nuove funzionalità di machine learning e AI che aumentano sicurezza, prestazioni e risparmi sui costi. «L'obiettivo che ci siamo posti progettando la Gen2 di Oracle Cloud è offrire una piattaforma sicura per eseguire tutto. Creare un cloud sicuro è facile da dire ma molto difficile da fare: è stato necessario rivedere in profondità l'architettura del nostro cloud – dichiara Ellison -. Nel passaggio da una generazione computing all'altra, il nostro obiettivo è sempre stato quello di proteggere il vostro investimento in dati e applicazioni e rendere più semplice il passaggio alla generazione successiva. Lo abbiamo fatto con Gen2 Cloud».

La strategia di portare i clienti in cloud è ormai consolidata e rappresenta oggi il vero fulcro, ribadisce il Ceo Mark Hurd. «Il cloud è inconfutabile, è fondamentale. Questo non è più un dibattito. L'unica cosa di cui stiamo discutendo è la velocità con cui si riesce a farlo» e anticipa le sue previsioni al 2025: il 100% delle applicazioni cloud includerà l'intelligenza artificiale che sta accelerando molto velocemente, l'85% di tutte le interazioni con la clientela sarà automatizzato, il 60% di tutti i posti di lavoro nel settore IT riguarderanno profili professionali non ancora inventati, ribadendo che l'automazione non sostituirà posti di lavoro, ma li creerà. Un'accelerazione verso il cloud che «solo nello scorso anno, ha visto il 15% dei data center di proprietà delle imprese statunitensi chiudere» precisa il Ceo.

Il nuovo Oracle Gen2 Cloud è concepito per eseguire l'Oracle Autonomous Database, che analizza le minacce ed applica gli aggiornamenti di sicurezza durante l'esecuzione, aiutando a prevenire cyberattacchi e furti di dati e che, con gli ultimi annunci, sfrutta tecnologie di machine learning per garantire livelli di disponibilità, performance e sicurezza.

La logica di go-to-market segue da anni la doppia opzione, in base a dove i clienti decidono di implementare il proprio database autonomo, se su un'infrastruttura dedicata Exadata Cloud, oppure se a casa propria (nella modalità Oracle Autonomous Database Cloud at Customer), che sposa le esigenze di quei clienti che preferiscono mantenere i workload più critici nel perimetro del proprio data center.

La delegazione italiana a Oracle OpenWorld 2018 testimonia che il cloud in Italia sta andando avanti con applicazioni specifiche molto vicine al business. Ad annunciare le novità nel nostro paese è Alessandro Ippolito, Country technology sales leader di Oracle Italia: «Se pensiamo che solo in Italia il cloud ha un mercato di 2,4 miliardi di euro e cresce del 18% rispetto allo scorso anno è evidente che il trend sia sempre più impattante. Anche in Italia la strategia di Oracle è quella di portare i clienti da on premise a cloud ed è fondamentale la componente fortemente integrata anche con la parte di business». Il tutto risponde alla logica di avvicinare le applicazioni alle strategie dei clienti, rendendole sempre più automatizzate e di supporto.

Oggi il 40% del fatturato Oracle in Italia deriva dalle vendite cloud e un tema su cui si insiste è garantire ai clienti che non ci siano disservizi. «Abbiamo visto che circa l'85% dei failure sono causati da delay di installazione delle patch, un tema delicato. Con Autonomous Database la soluzione si aggiorna in modo autonomo e la segmentazione del Cloud Gen2, permettendo l'isolamento dei dati, limita al massimo qualsiasi tipo di attacco o violazione» sostiene Ippolito.

Sui piccoli clienti è molto sentito il tema dell'economicità e delle performance se indecisi se e quando adottare il cloud. Invece, sui clienti enterprise, sicu-



rezza e scalabilità dei workload sono i requisiti per decidere la migrazione. «Il nostro principale installato è su applicazioni molto critiche, che i nostri clienti stanno con cautela portando verso il cloud – precisa -. La nostra strategia è di accompagnare con due modalità il cliente: sul cloud pubblico se è possibile installarlo per la normativa e per le esigenze specifiche del cliente, oppure sul cloud at customer site laddove non ci sono i requisiti di compliance e clienti vogliono la gestione del cloud da parte di Oracle ma presso il proprio data center. In Italia il modello cloud at customer site sta andando bene, abbiamo ad oggi diverse decine di clienti. E' un approccio valido quando i clienti manifestano ancora delle resistenze a spostare tutti i loro workload in cloud».

Al centro di OpenWorld 2018 anche un importante annuncio in ambito Blockchain che riguarda la logistica e il tracciamento della supply chain e risponde alla logica di certificare i processi all'interno del business dei clienti. Così come gli annunci per le applicazioni Oracle Fusion Cloud riguardano l'integrazione di una innovativa interfaccia vocale con le nuove funzionalità di analisi. Grazie alla nuova interfaccia utente conversazionale, gli utenti potranno automatizzare funzioni aziendali manuali e la migrazione al cloud, riducendo i costi di aggiornamento, e accelerando i tempi di consegna dei progetti.

VMworld Europe 2018, spinta su cloud e partnership

I VMworld Europe 2018 di Barcellona è stato per VMware l'occasione per celebrare non solo le nuove tecnologie dell'azienda ma anche i 20 anni di storia e i 10 anni di convention europee, la prima ospitata a Cannes, poi a Copenaghen e negli ultimi sette anni a Barcellona.

Dieci anni di trasformazione digitale per la società civile e l'economia. La prima toccata da temi di egovernment, healthcare, difesa, sicurezza, education; la seconda da cambiamenti forti nel mondo finance, telco, retail, manufacturing. «Anni in cui il digitale ha avuto un impatto importante in tutti i settori e se VMware nel 2008 parlava di virtualizzazione, nel 2010 si è spostata sul trend del cloud che ancora oggi indirizza il futuro delle strategie dell'azienda» e determina annunci, alleanze e acquisizioni.

Pat Gelsinger, Ceo di VMware, nel keynote, sottolinea come sia la comunità di 6.500 partner alla base della pervasività di VMware nel mondo, oltre che la validità del team interno e il passaparola dei clienti.

Un ponte inizialmente tra i server di vendor diversi, poi tra sistemi operativi mobili (Apple, Microsoft, Android), poi tra le reti (Cisco, Huawei, Brocade...) e infine oggi tra cloud diversi (Aws, IBM, Microsoft...). «Offriamo la piattaforma per connettere mondi diversi in sicurezza, cercando di rispondere al dilemma fondamentale (e storico) di ogni organizzazione: people o profit? Noi abbiamo la responsabilità di aiutare entrambi» un approccio che motiva ad esempio la strategia di VMware di essere entro il 2020 una "carbon neutral company", consapevole di avere della responsabilità sia come azienda sia come industria. «Credo che la tecnologia sia la nostra opportunità per dare forma al futuro, per il bene comune, ed è nostra responsabilità lavorare in questa direzione» precisa Gelsinger che sta collaborando con Mercy Ships e Croce Rossa a riprova del fatto che profitto e persone non possono essere alternativi.

In sintesi, gli annunci del VMworld spingono la strategia di modernizzare il data center e gli ambienti di lavoro, sfruttando la federation di tecnologie VMware per accompagnare le aziende nella loro trasformazione. Annunciate soluzioni in ambito hybrid cloud e workplace, e due progetti in fase beta testing. Ufficializzata una nuova partnership con IBM e ribadita l'importanza dell'alleanza con AWS, oltre l'intento di penetrare nuovi mercati con un numero crescente di cloud provider (anche in Europa). Grazie a un accordo con Alibaba crescerà invece la penetrazione nel mercato

asiatico e in Cina. Ultima, ma non per importanza, l'acquisizione di Heptio per accelerare l'adozione di kubernetes e per portarsi a bordo competenze e tecnologie su Kubernetes, che si sta affermando come il framework aperto per il multicloud.

Dal punto di vista tecnologico i quattro pilastri di VMware rimangono Cloud, Mobility, AI/ML e Edge/IoT, quattro aree tra loro integrate, ognuna della quali contribuirà ad accelerare le altre, «innescando cambiamenti molto forti nella società e nell'economia – dichiara Gelsinger -. In futuro la più grande opportunità sarà data dal 5G, che convergerà sulle nostre 4 aree e accelererà nuovi servizi di rete, spingerà l'edge per IoT e le applicazioni, creando opportunità per l'industria».

Il cloud vede a VMworld diversi annunci, sia per le aziende che per i cloud service provider, facendo progredire le opportunità offerte dal cloud ibrido e rispondendo alle esigenze del cloud pubblico. «Mentre l'hybrid cloud è guidato dalle operation IT, il public cloud è spinto dallo sviluppo voluto dalle linee di business – commenta Gelsinger -. L'infrastruttura unica VMware Cloud Foundation garantisce capacità di virtualizzare, di calcolo, di archiviazione e di rete».

In ambito hybrid cloud, annunciata l'estensione dell'offerta di cloud ibrido con **VMware Cloud Foundation 3.5**, che permette di aggregare public e private cloud e che offre opzioni di deployment cloud e supporto avanzato per i container.



Sul fronte del cloud pubblico vengono consolidate le partnership con IBM e Amazon. Da una parte con IBM si accelera l'adozione dell'hybrid cloud, dall'altra si spinge sull'accelerazione di VMware Cloud on AWS sia in Europa e sia negli USA integrando nella soluzione funzionalità migliorate per disaster recovery as a service, cloud, gestione di desktop virtuali. Si prevede di crescere oltre che in Europa e Stati Uniti, in nuove regioni in AWS EU (Irlanda), AWS West (California) e AWS East (Ohio) nel quarto trimestre del 2018.

In ambito **Digital Workspace**, presentate le nuove funzionalità di VMware Workspace ONE, per ambienti eterogeni di lavoro, dove la piattaforma di gestione intelligente implementa anche tutti gli aspetti di sicurezza, in linea con la visione di VMware "any device, any application, any cloud".

Annunciati anche due progetti in beta, VMware Blockchain e Project Dimension, sottolineando come sia strategico non perdere opportunità per accompagnare i clienti nella trasformazione digitale. VMware Blockchain è un servizio che fornirà una blockchain autorizzata per i consorzi di aziende, per promuovere una fiducia "decentralizzata", scalabilità, affidabilità, sicurezza di livello enterprise. Project Dimension, sfruttando la semplicità, l'agilità e la velocità dell'infrastruttura cloud-managed as-a-service, si potranno realizzare casi d'uso nell'edge, nei data center e in cloud ibrido.

eco

Obsolescenza programmata, Governi e Parlamento Ue si muovono



a maxi sanzione che l'Antitrust ha inferto a Samsung ed Apple - la prima decisione al mondo sull'obsolescenza programmata - ha acceso il dibattito sulle politiche industriali che prevedono un ciclo di vita prefissato per i prodotti. I governi della Ue si muovono per promuovere prodotti tecnologici riparabili e con un ciclo di vita più lungo, anche a sostegno dell'ambiente e della sicurezza.

L'obsolescenza programmata viene oggi combattuta dai Governi nazionali colpendo quelle aziende che la attuano ma anche stabilendo per legge degli standard di produzione per definire i requisiti minimi di durata dei vari prodotti.

A partire dal 1° gennaio 2020, ad esempio, in Francia ogni prodotto tecnologico dovrà mostrare un'etichetta che riporti il proprio indice di riparabilità. Il reato di obsolescenza programmata è stato introdotto nel mercato nel 2016 e prevede pene fino a due anni di reclusione per l'ammini-

stratore delegato dell'azienda e multe fino a 300 mila euro.

L'operato francese è un esempio di come sia possibile un **mercato sostenibile**, specialmente in merito alle sempre più sentite esigenze di tutela ambientale.

Queste decisioni però, se da un lato rispondono alle esigenze dei consumatori che lamentano l'obsolescenza troppo rapida dei propri devices e un impatto ambientale insostenibile per il nostro Pianeta, dall'altro lato potrebbero porre un importante freno all'evoluzione tecnologica, costringendo i grandi produttori a dover distinguere gli aggiornamenti indispensabili per la sicurezza, da quelli che servono solo ad aggiungere funzioni od ottimizzare le prestazioni.

Per far fronte al problema, nell'estate del 2017, il Parlamento europeo ha approvato una risoluzione per invitare gli Stati dell'Unione a promuovere prodotti tecnologici riparabili e con un ciclo di vita più lungo. L'Italia non è rimasta inerte di fronte alle indicazioni fornite dal Parlamento Europeo e **tre proposte di legge** sono state presentate, ma nessuna ad oggi è mai arrivata in discussione in aula.



Digital Health Summit 2018, il Digitale cambierà la Sanità



I 12018 è un anno chiave: il nostro Sistema Sanitario Nazionale compie 40 anni. Tempo quindi di bilanci e riflessioni che rappresentano un'imprescindibile base di partenza per la costruzione del futuro del sistema Salute in Italia. Ma facciamo il punto della situazione attuale. Quali sono oggi i trend della Sanità nel nostro Paese e quale ruolo gioca il digitale in questo ambito?

Questo è il leit-motiv attorno cui ruota EHealth Lab, l'osservatorio elaborato da **NetConsulting cube** con **AISIS** e **GGallery** presentato lo scorso mese a Milano durante il Digital Health Summit. Il report nasce dalla volontà di cogliere i segnali forti e deboli che a ogni livello (globale, europeo, italiano, regionale) si stanno concretizzando nei modelli sanitari emergenti, volti a garantire la sostenibilità nel tempo in contesti di incremento demografico, aumento dell'età media e delle multicronicità. E indirizzati a comprendere quale ruolo possa avere l'innovazione e il digitale nel cambio di paradigma in corso a livello globale, da sanità come costo da tenere sotto controllo a sanità come asset da valorizzare grazie alla prevenzione e all'empowerment del cittadino.

«Per analizzare la situazione – specifica Annamaria Di Ruscio, Amministratore Delegato di NetConsulting cube – partiamo dai dati. Oggi la spesa sanitaria in ambito digitale si aggira intorno all'1,6 miliardi di euro, circa il 2,4% dell'intero mercato digitale. Si tratta di una cifra davvero irrisoria. Per dirla con una metafora, se il mercato digitale pesasse un chilo, la tecnologia per la sanità digitale peserebbe solo 24 grammi. In più, distribuendo questa spesa sui 60 milioni di abitanti presenti in Italia, si otterrebbe un valore di 27,3 euro che è addirittura 50 centesimi in meno del costo orario del lavoro in Italia».

Non è però tanto e solo una questione quantitativa, anzi. Si tratta infatti di una spesa frammentata in numerosi centri di costo

sparsi tra 21 sistemi regionali e provinciali, con una quota destinata alla gestione dell'esistente che porta via tra il 75-80% del budget e una spesa in Information and communication technology che non raggiunge 1'1,5% delle entrate. E, aspetto non indifferente, le componenti più innovative pesano solo per il 13% sulla spesa digitale in sanità risultando insufficienti per fungere da volano alla crescita.

«Qualità, caratteristiche della spesa in innovazione in ambito sanitario sono alcuni dei temi emersi dalla ricerca oggetto di riflessione durante Digital Health Summit, il principale evento dell'e-Health in Italia che quest'anno – spiega Paolo Macrì, Presidente di GGallery Group – ha avuto il merito di mettere insieme le tante anime che compongono l'innovazione in sanità anche grazie all'esperienza maturata nelle edizioni precedenti e al matrimonio vincente con AISIS (l'associazione italiana sistemi informativi in Sanità)».

Durante la tre giorni milanese si è cercato di andare in profondità, prendendo in considerazione tutti i livelli di sistema. A partire dalla governance: sotto questo punto di vista, secondo gli esperti, occorre fornire una serie di linee guida di sistema, sia estraendo indicazioni generali sia individuando i casi di successo. C'è poi il fronte legato all'organizza-

zione che richiede un superamento dei silos esistenti per raggiungere la massima integrazione possibile all'interno delle aziende e lungo la filiera territoriale. A ciò si legano poi altri due fattori fondamentali: da un lato la strategia digitale, che deve fare dell'innovazione l'unica scelta possibile per recuperare un gap ormai profondo. E dall'altro lato le competenze: è infatti necessario mettere in campo una profonda opera di riqualificazione delle figure professionali in una logica di multidisciplinarietà.

Costruire il futuro del sistema sanitario italiano non vuol dire soltanto portare avanti un confronto con tutti gli interlocutori coinvolti, affrontando il tema della ristrutturazione dei processi. Significa anche dar voce all'azione e all'operato delle realtà che già stanno operando in ottica di innovazione.

In questa chiave si può leggere la premiazione del concorso W.In.e (W.In.e. and Inspiring e-Leaders), uno dei momenti più significativi del Summit in cui sono stati insigniti i personaggi che più si sono distinti per progetti di trasformazione digitale in Italia. Per citare alcuni nomi, Antonella Messori (Azienda Ospedaliera Università di Bologna S.Orsola Malpighi), Luca Foresti (Centro Medico S.Agostino), Paolo Misericordia (FIMMG), Paolo Bordon (Direttore Generale APSS Trento), Anna Roli e Michele Torresani (Fondazione IRCSS Istituto Nazionale dei Tumori).

«Il confronto e il dialogo sono stati i protagonisti della tre giorni – dichiara Giuliano Pozza, Presidente di AISIS -. Non si è parlato solo di innovazione tecnologica ma anche di innovazione di modelli e cultura, favorendo l'interazione con tutti gli stakeholder, dalle aziende farmaceutiche e di dispositivi medici, ai fornitori di tecnologie, Cio, fino ad arrivare ad associazioni, key-user, esponenti del mondo accademico, insomma tutti i player della sanità digitale italiana e internazionale. Il risultato di una lavoro di squadra e della sinergia tra AISIS, NetConsulting cube e GGallery Group».

Big Data e previsioni: quando la quantità è solo mero rumore

A cura dell'Avv. Alessandra Bisi

A inizio mese Facebook ha subito un nuovo colpo alla sua reputazione. La BBC ha infatti scoperto che i log delle chat private di – almeno – 81.000 account erano in vendita su un forum a 10 centesimi l'uno ma, questa volta, non sarebbe stato il social network ad essere hackerato, bensì i browsers con i quali si accede al social.

Secondo il **Garante per la Privacy, Antonello Soro**: «il problema principale è che si sottovaluta il significato della protezione dei nostri dati [...] I dati sono la proiezione informatica della nostra vita reale. Ogni violazione può avere conseguenze concrete: da una esposizione non desiderata della nostra persona, fino alla salute se, per esempio, i dati manipolati sono quelli di una cartella sanitaria».

L'attenzione mediatica in merito ai dati digitali è evidentemente molto alta in quanto costituisce una rivoluzione per la nostra società e rappresenta una grande opportunità per il futuro. Proprio per questo motivo è importante ottenere il massimo dalle tecnologie ICT, evitando al contempo le loro conseguenze deteriori. Parlando di rivoluzioni, nel libro "La Quarta rivoluzione. Come l'infosfera sta trasformando il mondo", Luciano Floridi scrive: «I ricercatori della

School of Information di Berkley hanno stimato che l'umanità abbia accumulato approssimativamente 12 esabyte di dati nel corso della storia fino alla diffusione dei computer [...] secondo uno studio più recente il totale è cresciuto fino a più di 1600 esabyte tra il 2006 e il 2011 [...] questo numero tende a crescere di quattro volte pressappoco ogni tre anni, cosicché si sono raggiunti gli 8 zettabyte di dati entro il 2015. Ogni giorno viene generato un numero sufficiente di dati da riempire tutte le biblioteche americane più di otto volte».

Oggi è possibile raccogliere e processare enormi quantità di dati. Ciò comporta che, ogni giorno che passa, siamo meno in grado di vagliare la qualità delle informazioni che archiviamo e, di conseguenza, riteniamo importanti. In poche parole siamo passati da un approccio qualitativo alle informazioni ad uno quantitativo: ogni dato raccolto è utile per effettuare delle previsioni il più possibile accurate di ciò che capiterà in futuro.

Sul punto si è soffermato anche Nassim Nicholas Taleb il quale, nel libro "Antifragile" sostiene una posizione diametralmente opposta: "più dati si ottengono, meno si saprà che cosa accade. Le persone vivono ancora nell'illusione che scienza significhi più dati".

Ho trovato il pensiero di Taleb, attualmente Professore di Gestione del Rischio dell'Università di New York, particolarmente interessante. Il corollario della



sua opera è il seguente: nella nostra società, sopravvive chi è in grado di discernere l'informazione utile dal mero rumore. In questo senso il GDPR è assolutamente innovativo in quanto permette di acquisire una metodologia per trattare i dati che, in base ai principi di pertinenza, completezza e non eccedenza, diminuisce esponenzialmente il rischio di subire data breach di dati (che – spesso – non si è nemmeno consci di trattare) e permette persino di aumentare l'efficienza produttiva aziendale in un'ottica di prevenzione di danni reputazionali.

Per citare nuovamente Taleb: "Il vero eroe [...] è colui che previene una calamità e ovviamente, dato che la calamità non si è verificata, non ottiene alcun riconoscimento o gratifica", ma, aggiungerei, nel lungo periodo guadagna offrendo sul mercato un servizio affidabile e concorrenziale.

Barometro Cybersecurity: le aziende italiane sono pronte alla minaccia?



a seconda edizione del Barometro Cybersecurity, attività promossa e realizzata da NetConsulting cube ed EUCACS, ideata d'intesa con InTheCyber e con il contributo di CA Technologies ed Oracle, ha l'obiettivo di fornire un quadro esaustivo dell'attuale situazione delle aziende e degli Enti italiani in termini di politiche, strategie, modelli e strumenti relativi alla Cybersecurity, oltre quello di costruire un Cybersecurity Maturity Model su cui posizionare i partecipanti alla rilevazione.

La survey (realizzata da luglio a ottobre 2018) è stata condotta sia in modalità web, sia tramite interviste dirette a Chief Security Officer, Chied Information Officer, Chief Information Security Officer e Chief Technology Officer di oltre 70 organizzazioni; nel caso di aziende private con fatturato superiore ai 150 milioni di euro, mentre nel caso di Enti si è trattato di Enti Pubblici locali e istituti sanitari pubblici e privati accreditati.

Gli incontri e le informazioni rilevate presso i CSO ed i CISO hanno evidenziato come poter affrontare al meglio le sfide della Cybersecurity sia importante non solo adottare, internamente o tramite servizi esterni, soluzioni e strumenti per incrementare il proprio livello di difesa, ma mettere in pratica una serie di strategie ed azioni di governance senza le quali la pura adozione di tecnologie rischia di non essere efficace.

I risultati evidenziano differenti modelli di governance e gestione della Cybersecurity. La presenza di un dipartimento autonomo, ma interno alla Funzione IT, è la tipologia di struttura dominante presso il panel considerato (75%). Il 50% delle aziende intervistate si è dotata di una struttura di Information Security esterna alla Direzione Sistemi Informativi, o di una Direzione sicurezza presente a livello Corporate, che è tendenzialmente sotto la guida di un Chief Security Officer.

Banche e Telecomunicazioni sono i settori dove si rileva la maggiore presenza di dipartimenti e direzioni esterne alla funzione IT, mentre appartengono ad Industria e Retail/GDO la quota maggioritaria del 33% di aziende che scelgono di esternalizzare la gestione delle attività legate alla Cybersecurity.



A dimostrazione della crescente importanza del tema Cybersecurity sono ormai rari i casi di assenza di una struttura dedicata ed autonoma, che riguarda appena il 17% del campione e per lo più in settori come PA locale e la Sanità.

Molto meno diffusa la combinazione di un ufficio autonomo, esterno all'IT, ma funzionalmente dipendente da altri dipartimenti, come Risk & Compliance o Operations.

In questo contesto, permangono tuttavia alcune criticità: un terzo delle aziende intervistate ha indicato infatti il proprio modello organizzativo come «non adeguato» a fronteggiare le numerose sfide a livello di business, normative e di gestione del rischio che il nuovo scenario di Cybersecurity impone.

Tra i settori maggiormente critici vi sono quello della Sanità, della GDO e dei Servizi/trasporti: mediamente oltre 1 realtà su 2 valuta la propria struttura inadeguata, con punte prossime all'80% nel mondo sanitario.

I principali gap sono stati indicati nella di risorse dedicate, in termini di numerosità (87%) e di skill speciali-

stici (61%).

In risposta, il 47% delle aziende prevede un incremento delle risorse dedicate alla Cybersecurity per il 2019. Security analyst, risk analyst, threat intelligence analyst e network security specialist risultano i profili più ricercati dalle organizzazioni che intendono rafforzare il proprio team di Security, cui si associano profili "nuovi" come ad esempio l'IoT security specialist o l'Incident response specialist.

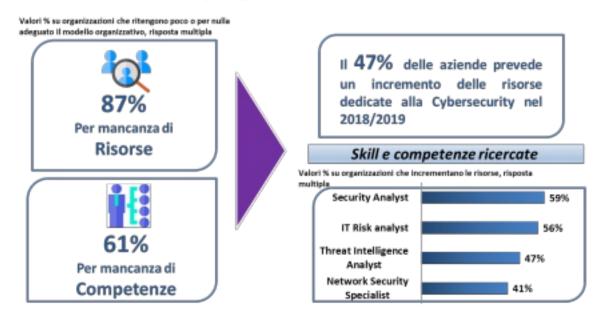
Nonostante si confermi uno scenario in cui la Cybersecurity acquista crescente importanza, è ancora limitato (solo il 21%) il numero di organizzazioni che hanno sostenuto un processo di certificazione delle risorse e dell'organizzazione in ambito Cybersecurity.

Gli standard del portfolio ISO 27000 sono le certificazioni più diffuse, seguite dalla policy PCI per le aziende che si interfacciano con sistemi di pagamento gestiti dai principali circuiti di carte di credito e dalla normativa SOX, per le aziende quotate sul mercato azionario statunitense.

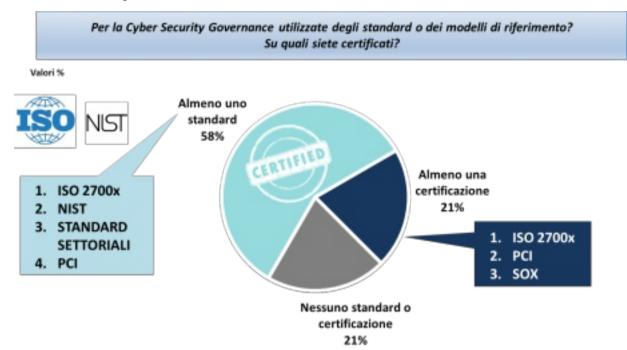
Più della metà dei rispondenti preferisce utilizzare i principali standard di Cybersecurity, in particolare la direttiva NIST, considerata la più completa e rigorosa, o altre disposizioni di settore, come modello di riferimento per la governance di sicurezza di sistemi e informazioni.

Il ricorso a standard e certificazioni, in particolare per quel 21% di aziende del panel che, allo stato attuale, non ne prevede nessuno, si rivelerà sempre più fondamentale in ottica di fiducia e retention della propria clientela, in relazione al crescere dell'attenzione verso la sicurezza dei propri dati personali.

34% delle organizzazioni ritiene il proprio modello organizzativo poco o per nulla adeguato gestire le sfide dettate dalla Cybersecurity



TLC, Banche i settori con la maggiore presenza di certificazioni mentre, al contrario, PA sanità ed industria i settori in cui non sono presenti neanche standard di riferimento da prendere come modello.



Questo quindi lo scenario di "governance" emerso dalla rilevazione di quest'anno.

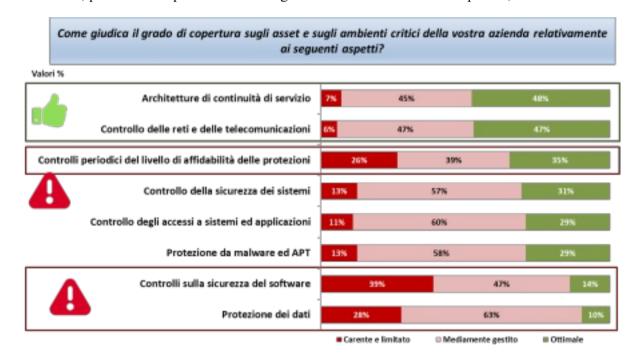
L'analisi ha permesso di individuare un panorama molto variegato, in cui sono presenti ambiti in cui quasi la metà dei CSO e CISO intervistati ha indicato un grado di copertura medio alto, come nel caso di architetture di continuità (DR e BC) e sistemi per il controllo delle reti e delle comunicazioni.

Per altri ambiti la maggioranza delle organizzazioni ha indicato l'adozione di strumenti di controllo, ammettendo però la possibilità e la necessità di incrementarne l'efficacia e l'ambito di copertura; tra questi elementi si trova la sicurezza dei sistemi, il controllo degli accessi e le protezioni da malware e APT.

Tuttavia, sono emersi vari aspetti in cui una quota rilevante di organizzazioni (prossima al 40%) ha ammesso un livello carente e limitato di copertura, primo fra tutti in tema di controlli sulla sicurezza dei software, seguito dall'adozione di sistemi per la protezione dei dati (ad esempio la crittografia) e dai controlli periodici del livello di affidabili-

tà delle protezioni.

Un miglioramento del livello medio di copertura dei sistemi è inevitabile e necessario, al fine di limitare la presenza di anelli deboli nei sistemi di difesa che, se attaccati, possono compromettere l'integrità dei sistemi nel loro complesso, rendendo inefficaci i pur validi sistemi adottati.



Analizzando per ogni singola organizzazione la tipologia di struttura organizzativa, governance e processi di Cybersecurity, insieme con la presenza di soluzioni tecnologiche per difesa, detection e risposta agli attacchi informatici sono stati costruiti degli indicatori che permettono di mappare ogni rispondente su un Cybersecurity Model, in cui sono stati identificati quattro principali cluster di aziende.

Circa la metà delle aziende si colloca nei cluster a maggior rischio, ancora sotto la media nella definizione sia di una strategia di Cybersecurity a 360 gradi sia di adeguate misure di prevenzione e difesa.

Il 39% si posiziona invece nel raggruppamento Technology to improve, dove ad una buona maturità dal punto di vista della governance si collega la necessità di ulteriori investimenti in tecnologia, mentre solo il 10% si qualifica come Cybersecurity Mature.

Telecomunicazioni, Utility e Banche si confermano i settori più avanzati sia dal punto di vista organizzativo sia nell'adozione di soluzioni e strumenti per la difesa e la gestione della Cybersecurity. Critico invece il livello di matu-

rità dei comparti PA locale e Sanità, che emergono come i settori con maggiore gap in termini di consapevolezza e di adozione di un modello organizzativo adeguato nel contrastare le minacce crescenti in ambito sicurezza informatica.

Particolare attenzione desta il settore Sanità, dove l'elevato tasso di obsolescenza dei sistemi IT, associata all'introduzione di dispositivi medicali connessi e alla necessità di formare il personale medico, evidenzia il rischio di attacchi informatici per il furto di dati, sanitari e biometrici, particolarmente sensibili.

Complessivamente, lo scenario emerso da questa seconda edizione rappresenta il persistere di gap su alcuni fronti, pur in presenza di un progresso rispetto agli scorsi anni per effetto di una maggiore consapevolezza dei rischi connessi alle minacce cyber e grazie alla pressione esercitata sulle aziende dall'entrata in vigore della GDPR.

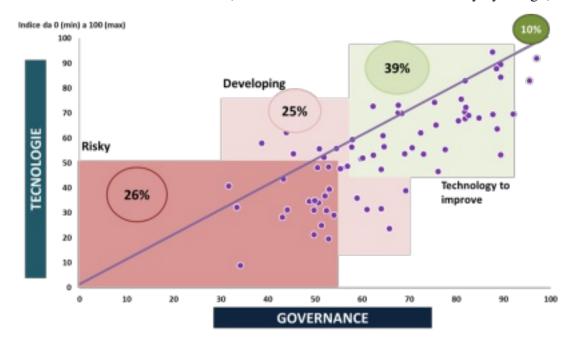
I gap da colmare riguardano principalmente: competenze sul fronte tecnico e formazione delle risorse, considerato che il fattore umano continua a rappresentare un anello debole non trascurabile e che la sola adozione di strumenti di difesa non è sufficiente; la necessità di incrementare le Policy by design, che

devono sempre più essere integrate nei processi di sviluppo software, così come essere embedded nei nuovi dispositivi connessi; la necessità di un ulteriore processo di sensibilizzazione, compreso il miglioramento del rapporto tra partner, fornitori e clienti in ottica di shared responsibility.

Di certo una progressiva adozione di standard e certificazioni in grado di permeare l'intera organizzazione consentirà di acquisire un approccio e un modello di governance, oltre che una maggiore consapevolezza dell'importanza della cybersecurity a tutti i livelli aziendali.

Tuttavia, la cyber difesa di un'organizzazione non può prescindere da quella componente umana che, involontariamente, costituisce una delle principali vulnerabilità ed a tal proposito aziende ed Enti continuano costantemente un processo di formazione ed awareness a 360°.

A programmi di formazione specifica deve essere affiancata una struttura organizzativa in grado di reagire e prevenire le minacce cyber, una criticità alla quale le organizzazioni intervistate pongono rimedio con la ricerca di profili specialistici e skill innovativi, non sempre però facilmente reperibili sul mercato del lavoro.



Open Innovation e CVC sostengono la crescita di startup e imprese



L'Open Innovation si afferma sempre più come modalità di collaborazione tra startup e imprese, e con vantaggi reciproci. Per la startup significa l'accelerazione dei processi di sviluppo e affermazione dei progetti; per l'impresa, l'acquisizione di un bagaglio di innovazione che consente di riaffermare il proprio ruolo sui mercati in tempi rapidi, come richiesto oggi dal contesto competitivo.

A valutare queste nuove dinamiche, i dati dell'ultimo Osservatorio sui modelli italiani di Open Innovation e di Corporate Venture Capital promosso da Assolombarda, Italia Startup e Smau, in partnership con Cerved e Confindustria e Piccola Industria Confindustria.

Lo studio rileva che sono oggi 2.349 le startup innovative, il 24,3% del totale, nel portafoglio di 7.635 investitori in Corporate Venture Capital, cresciute di oltre 2.500 in due anni. Un dato rilevato dal Mise evidenzia inoltre che il CVC nel 2017 incide per il 41% sul giro di affari complessivo delle startup innovative.

La crescita del fenomeno riguarda trasversalmente tutti i settori industriali e vede protagoniste soprattutto le Pmi, con tassi di crescita importanti. Mentre infatti le grandi imprese che investono in startup crescono del 17%, le medie crescono del 20% e le piccole del 22%.



Open Innovation e Corporate Venture Capital – Dati osservatorio 2018 – La crescita delle imprese che investono

La quota più elevata di investitori opera nei servizi non finanziari (31%) e nei servizi finanziari (29%); le realtà attive in questi settori investono soprattutto in startup che operano nel settore informatico o dello sviluppo software. L'11% dei soci CVC sono invece imprese industriali, che investono prevalentemente in software e in attività di R&D.

Gli investimenti valicano spesso i confini naziona-

li, con il 62% dei soci corporate che investe in regioni diverse dalla propria, e si dimostrano anche extra-settoriali: il 90% dei soci corporate investe infatti in startup di settori diversi dal proprio, a conferma di quanto le partnership con le startup siano fondamentali per le imprese per diversificare il proprio business e completare l'offerta di soluzioni e servizi con prodotti altamente innovativi e pronti per il mercato. Geograficamente, il 68% dei soci CVC è nel concentrato nel nord Italia, ma il fenomeno è in crescita in tutta la penisola.

La collaborazione si rivela economicamente vantaggiosa per le startup, la cui partecipazione di un investitore corporate, che spesso accompagna gli investitori isti-

tuzionali come business angels e VC, genera mediamente un fatturato e un valore aggiunto più alti e un tasso di mortalità inferiore, anche grazie ad una maggiore vicinanza al mercato che l'investitore corporate può garantire alla startup.

Guardando ai numeri, si parla di 244.000 euro di fatturato delle startup partecipate da un CVC rispetto ai

150.000 euro delle startup partecipate da persone fisiche e 173.000 euro delle startup partecipate da operatori specializzati. Il 49% delle startup partecipate da un investitore CVC ha inoltre un MOL positivo e solo il 2,7% è uscita dal mercato.

«Negli ultimi anni lo sviluppo delle startup è diventato significativo e sempre più allineato alle logiche di business – commenta Angelo Coletta, Presidente di Italia Startup -. I dati evidenziano come i ricavi delle nostre startup incidono sempre di più sulla nostra economia raggiungendo 1,2 miliardi di euro nel 2017 (nel 2016 il valore era di 776 milioni di euro) e come una fetta importante dei ricavi sia prodotto da startup partecipate da CVC».

«I dati dimostrano che le imprese italiane credono nell'innovazione portata dalle startup e investono in modo crescente sia sotto l'aspetto finanziario sia soprattutto in logica industriale, per costruire nuovi modelli di business che aiutino la competitività loro e del sistema industriale italiano – commenta Alvise Biffi, delegato Piccola Industria Confindustria per le Startup –. L'auspicio è che il Governo comprenda la rilevanza e il valore strategico di questa tipologia di investimento, sostenendone la crescita con gli opportuni provvedimenti».

«Il sistema sta maturando e maturerà ancora», commenta Sergio Buonanno, AD di Invitalia Ventures –, che spiega i percorsi intrapresi dalla propria realtà a sostegno dell'innovazione di impresa; in particolare il programma Smart&Start, con cui il gruppo ha sostenuto 870 startup innovative, dato agevolazioni per oltre 270 milioni di euro, creando oltre 4mila posti di lavoro. Tra i temi caldi evidenziati, il ruolo determinante giocato negli ultimi anni dall'AI, settore in cui il gruppo ha investito molto; tra gli esempi portati, il progetto di ecosistema Ambizione Italia realizzato con Microsoft per accelerare la trasformazione digitale in Italia, facendo leva sulle opportunità offerte dall'AI e sulla formazione avanzata, oppure l'investimento nella startup Big Profiles, per fare innovazione insieme.



Open Innovation e Corporate Venture Capital – Dati osservatorio 2018 – Settori di investimento

«Per facilitare l'accesso all'innovazione e la collaborazione tra tutti gli attori dell'ecosistema, le nostre piattaforme devono essere semplici, aperte, programmabili, sicure» – afferma Agostino Santoni, Amministratore Delegato di Cisco Italia – che sottolinea come questo sia fondamentale per il consolidamento dell'Open Innovation. «In questo processo gli elementi chiave si rivelano IoT, competenze digitali e manifatturiere, capacità di interazione tra piattaforme diverse, in un dialogo oggi possibile tra hardware e software in grado di dare accelerazione – prosegue Santoni –. Servono non solo investimenti ma collaborazioni con aziende per avere un portfolio più ricco e valutare possibili acquisizioni. Noi abbiamo capito co me integrare queste realtà e continueremo a farlo e il CVC può dare un grandissimo contributo per l'accelerazione del fenomeno».

Tra le aziende che rispondono a questo input, Amadori che, insieme a Cereal Docks e Gruppo Finiper, ha dato vita a FoodForward, un acceleratore del Made in Italy per startup operanti nell'AgriTech, FoodTech e RetailTech. «Abbiamo voluto realizzare un'iniziativa di sistema che fosse nelle corde del nostro paese, con tutte le aziende a bordo italiane, al servizio della filiera per fa sì che anche il cittadino possa toccare con mano il digitale – dichiara Gianluca Giovannetti, Direttore Centrale Innovazione e Servizi Business di Amadori –. Un progetto all'insegna di un ecosistema di innovazione globale, ma che valorizzi il patrimonio di competenze, tradizioni e cultura legato al made in Italy agroalimentare».

Le banche devono traguardare un modello di Open Banking



Entro il 2022 il modello di business dell'Open Banking in Europa varrà 60 miliardi di euro. È quanto evidenzia la ricerca "Open Banking Revenue Model" realizzata da Accenture e presentata, per la prima volta in Italia, al Salone dei pagamenti 2018, la tre giorni milanese dedicata ai temi dell'innovazione nel settore del banking e dei pagamenti digitali, organizzata da ABI Servizi in collaborazione con Abi Lab, Consorzio Cbi, Digital Magics, Fondazione per l'Educazione Finanziaria e al Risparmio, Fintech District, Fpa e NetComm.

Il settore finanziario sta attraversando un periodo di forte "turbolenza" dove nuovi attori stanno ridisegnando regole ed equilibri all'interno dell'ecosistema.

Da un lato le società Fintech, che si propongono sempre di più a consumatori e imprese come alternativa agli istituti bancari tradizionali, stanno cominciando a rivestire un ruolo molto significativo all'interno del settore, evidenziando un rapido aumento in termini di numerosità e di portafoglio di

servizi offerti. Secondo lo studio di Accenture, queste realtà ormai sono riuscite a catturare il 6-7% delle revenue totali (circa 1/3 di tutte le nuove revenue), dimostrando di essere in grado di attrarre volumi di clientela significativi attraverso un'offerta di servizi e a una customer experience innovativa.

Dall'altro lato i giganti digitali Google, Apple, Facebook, Amazon e Alibaba – i cosiddetti "GAFAA" – si stanno sempre più espandendo in nuovi settori, inclu-

so quello dei servizi finanziari con nuovi prodotti come pagamenti P2P, credito, marketplace o iniziative di e-commerce, minacciando gli operatori bancari.

In questo contesto, è evidente che i player del sistema bancario italiano non possono più stare a guardare, ma sono chiamati ad innovare processi e offerta per continuare ad attrarre nuovi clienti. Ma come?

La soluzione è traguardare un modello di "Open Banking", ovvero passare da un modello di business bancario chiuso a un modello di "banca aperta", in cui prodotti, servizi, funzioni e dati – inclusi quelli dei clienti – vengono condivisi con terze parti per abilitare nuovi servizi e nuovi modelli di business. Alla base di un modello Open Banking c'è infatti l'apertura delle proprie API (Application Programming Interface) da parte delle banche verso partner e sviluppatori esterni che sviluppano app e prodotti innovativi per il cliente finale.

Secondo lo studio di Accenture "The Brave new world of Open Banking", il numero di API rilasciate dalle banche europee verso le terze parti ha superato

Epson inaugura un nuovo Business Demo Center

le 1.600 API nel 2017 e aumenterà in maniera ancora più significativa nel 2018, grazie all'entrata in vigore dellaPSD2.

La ricerca evidenzia che il 65% delle banche ritiene le Open API un'opportunità e non una minaccia, il 52% le considera una leva strategica per differenziarsi dalla competition e il 99% prevede di incrementare gli investimenti in tale ambito a partire dal 2020. Secondo le stime di Accenture, le banche che intraprenderanno questo percorso otterranno sostanziali quote di mercato e utili, con previsioni pari al 7% dei ricavi totali entro il prossimo triennio.

«Le banche Italiane devono prepararsi a rileggere le proprie strategie di sviluppo nell'ottica di implementare un ecosistema di partner, facendo leva sulle nuove tecnologie di connessione e integrazione – afferma Massimiliano Colangelo, Responsabile Banking di Accenture –. Diventa, dunque, fondamentale estendere i propri canali di interazione con i clienti ed evolvere la propria offerta per creare nuovi servizi o trasformare quegli attuali. L'attuazione della PSD2, perseguendo un modello di "banca aperta", crea una prospettiva più ampia sul modo con cui la banca si apre verso l'esterno, e rappresenta solo in minima parte quel processo evolutivo che cambierà il business bancario tradizionale».

È certo dunque che nei prossimi anni, l'Open Banking sarà al centro delle strategie degli istituti bancari, ma non mancano gli interrogativi: quali saranno i servizi che gli istituti dovranno offrire ai clienti affinché non abbandonino la banca per prediligere offerte dei nuovi entranti? di quali competenze avranno bisogno le banche per differenziarsi dal mondo tradizionale e dai nuovi competitor? come dovrà evolvere l'architettura informatica della banca? Ai posteri l'ardua sentenza.

IL LANCIO DEL MESE



pson Italia ha inaugurato a Cinisello Balsamo il nuovo Epson Business Demo Center, uno spazio funzionale che punta a favorire contestualmente lo sviluppo di relazioni commerciali e la sperimentazione di nuove soluzioni tecnologie. Uno strumento a disposizione di partner e clienti in cui conoscere le soluzioni del gruppo giapponese calate in ambienti reali di utilizzo e costruire progetti tecnologici condivisi.

Ristrutturato e riorganizzato, il nuovo centro, si focalizza su proposte business e professionali presentate in aree di lavoro pensate per valorizzare i prodotti integrati con software e applicativi di terze parti.

All'interno del Business Demo Center viene presentata l'intera offerta di Epson, declinata nei vari settori in cui la società opera; dalle soluzioni di stampa alla videoproiezione, dall'home living al retail. Protagoniste le tecnologie innovative, che puntano a efficienza, versatilità e sostenibilità economica ed ecologica, a partire dall'ingresso, dove i visitatori sono accolti dalla proiezione di suggestive immagini naturali in movimento intervallate da pareti di licheni, a

sottolineare un nuovo approccio, più integrato, al business.

«All'interno del nuovo Business Demo Center – spiega Flavio Attramini, Head of Business Sales di Epson Italia – i prodotti Epson non sono più semplicemente esposti, ma calati in contesti reali come potrebbe succedere in un vero ufficio o in un vero negozio. Per questo motivo, in ogni ambiente è possibile trovare prodotti di tipologie diverse in funzione dell'applicazione di utilizzo».

L'area su cui si sviluppa il nuovo progetto, è suddivisa in settori tematici o relative ad alcuni specifici settori produttivi, che includono: WorkForce Pro, la gamma di soluzioni di stampa eco-sostenibile, integrata con software di gestione del parco stampanti e dei flussi di lavoro; Graphic Lab, il laboratorio fotografico che vede protagoniste le soluzioni sviluppate per chi opera nel campo della comunicazione creativa, della fotografia e delle prove colore; Retail e Hospitality, dove la digitalizzazione semplifica i processi per una gestione più efficiente del punto cassa; Area Education, dove l'impatto visivo di un'area di proiezione favorisce il coinvolgimento degli studenti; Huddle Room, spazio di incontro informale con una soluzione wireless per videoconferenza interattiva con una stampante a supporto; Home Living, dove viene ricostruito il salotto di casa con soluzioni di Home Cinema di fascia alta e di Home Entertainment. Un'applicazione di Realtà Aumentata realizzata con gli smartglass Moverio fornisce anche dettagli aggiuntivi sui prodotti esposti.

Dal ClubTl Milano



Premio eHealth4all terza edizione: boom della robotica e della prevenzione su grandi numeri



Secondo tempo della III Edizione del Premio eHealth4all 2017-19, riconoscimento ideato dal gruppo sanità di ClubTi Milano per la migliore produzione informatica made in Italy in tema di prevenzione. Nei giorni scorsi si è conclusa la prima verifica dei dieci progetti selezionati la scorsa primavera. I candidati, provenienti da sei regioni, hanno presentato i loro lavori in due sessioni, a Roma e a Vimercate, presso le sedi Cisco, presente una parte del comitato scientifico, con l'altra collegata in teleconferenza, e con il comitato organizzativo guidato da Ornella Fouillouze (Club Ti Milano), Anna Verrini (Aica) e Luciano De Biase (Club Dirigenti Tecnologie Informazione, Roma).

Anche in questa edizione il concorso si sviluppa tra Milano e Roma e

si rivolge sia alla prevenzione primaria sia a cronicità e fragilità. L'intento è privilegiare più che in passato gli avanzamenti tecnologici, la capacità dei sistemi digitali di dialogare con i pazienti e di demedicalizzare la vita semplificando la gestione di situazioni concrete. Insomma, il Futuro con la maiuscola.

In quattro casi, come nella scorsa edizione, target dei progetti sono **soggetti fragil**i come i parkinsoniani di PD Watch (Basilicata), i neurole-si utenti della carrozzina "intelligente" Avanchair (di Saronno), i trapiantati di midollo monitorati da Timo (Brescia) e i pazienti scompensati in riabilitazione cardiologica domiciliare (Ricardo, Trentino). Ci sono poi i pazienti cronici non necessariamente fragili chiamati a gestire la politerapia (progetto Life charger, Lombardia) o ai quali la Regione offre di evitare il passaggio in studio per la ripetizione della ricetta medica, che arriva direttamente in farmacia ed è segnalata da un'app nel telefonino (Sanità a Km Zero "Ricette", Veneto). E ancora ci sono apps di prevenzione primaria che aiutano le famiglie a capire la posizione vaccinale (Giava, Puglia), o aiutano con sensori a monitorare il proprio stato di salute (Human Life Cycle Management, Puglia), o monitorano l'inquinamento indoor (Nuvap, Lombardia) o ancora rilevano la situazione cardiorespiratoria di un soggetto, sano o malato, con uno specchio "futuribile" (Miracle, Puglia).

Sugli scudi i "**robot**", che vengono evocati da almeno quattro prototipi (orologio rileva-tremori, specchio per cuore e respirazione, sedia a rotelle capace di superare dislivelli importanti, cicloergometri-robot utilizzati dai pazienti a casa in Trentino) ad oggi posti a diversi livelli di avanzamento sia per quanto riguarda il possesso della certificazione di dispositivi medici sia rispetto al programma chiesto dal concorso.

Ci sono due progetti della **Pubblica Amministrazione**, Puglia e Veneto, aventi per target tendenziale l'intera popolazione, intorno ai 4 milioni di soggetti ciascuna; e infine quattro progetti di prevenzione, in due casi primaria (su soggetti "sani") e in altri due secondaria, su pazienti con patologia cronica. Si osservano in un paio di casi problemi di finanziamento: lo stato di **avanzamento** è tuttavia nel complesso **migliore rispetto all'edizione di due anni fa** nella quale a questo punto erano a rischio di estromissione immediata due partecipanti.

Superato il vaglio del comitato scientifico, il prossimo scoglio per i concorrenti è ora il secondo check di gennaio 2019: i partecipanti dovranno indicare gli obiettivi specifici da raggiungere per la "finalissima", le attività svolte e quelle che si intendono realizzare per maggio, e presentare indicatori misurabili e altri relativi alla sostenibilità economica del progetto.



Per informazioni e contatti con gli organizzatori del Premio, Mauro Miserendino – Comitato Organizzativo – Comunicazione – Tel 3292223136

Per ulteriori dettagli: www.ehealth4all.it

