

**DAVIDE  
ORIANI**

**Per Ricoh  
i documenti prodotti  
hanno implicazioni  
finanziarie**

**Banche e ICT**  
**Multicanalità  
ed efficienza la  
sfida del settore**

**e-Government**  
**Dematerializzare  
per risparmiare**

**Pubblicità online**  
**Il cliente  
è protagonista**



Andrea Pontremoli,  
Presidente e Amministratore  
Delegato di IBM Italia

“ IP,  
Networking,  
Mobile Workforce  
sono le aree indica-  
te dai CIO delle  
maggiori aziende  
al mondo fra le  
priorità per  
ottenere maggiore  
efficacia ”

## IBM guarda oltre SMAU

Smau volta pagina, torna alla sua formula originaria non senza ottenere apprezzabili risultati e ritrova in IBM l'alfiere dell'innovazione. Sta forse qui il senso di una partecipazione attraverso cui, all'insegna della formula "Rendere speciale il tuo business", IBM ha saputo evidenziare alle aziende italiane le soluzioni ideali per guadagnare terreno in competitività. Partendo proprio dall'analisi dell'esistente. "Quanto sei pronto a creare innovazione?" è infatti il nome del check-up IBM-SDA Bocconi che ha permesso ai manager di testare il grado di orientamento all'innovazione della propria azienda. L'analisi dei 550 questionari raccolti - pronta per la CIO Conference GUIDE di Genova del 27 e 28 novembre - indicherà proprio le aree critiche su cui intervenire, aiutando a comprendere il ruolo dell'IT come elemento abilitante dell'intero processo.

Tre le aree espositive studiate per manifestare al pubblico una leadership indiscussa. La prima, Innovation Solution Points, presentava i più recenti risultati dei laboratori di ricerca IBM. Ampia, per questo, la scelta su cui soffermarsi, in un confronto realmente "interattivo". A partire dal CELL, il microprocessore nato dalla collaborazione con Sony e Toshiba per l'entertainment e per lo sviluppo del supercomputer "ibrido" Roadrunner, macchina con una prestazione di picco che supera 1,6 milioni di miliardi di calcoli in virgola mobile al secondo e che sta per essere installata presso il Los Alamos National Laboratory dell'NNSA statunitense. Sempre in tema di superpotenza computazionale, nella sezione Healthcare-Lifescience un modello tridimensionale del cuore in attività e il folding di una proteina hanno sottolineato i punti di forza dell'impiego di Blue Gene L nella ricerca. Poco distante, al modello di container equipaggiato con dispositivi di trasporto intelligente, il compito di illustrare il Security Trade Lane, progetto IBM per Maersk Logistics che migliora la tracciabilità dei container in movimento. In tema di Integrated Business Communications, spazio invece all'IP, al Networking, al Mobile Workforce, aree indicate dai CIO delle maggiori aziende al mondo fra le prime 10 priorità per ottenere maggiore efficacia nella

collaborazione tra dipendenti, fornitori e partner commerciali. Fra le soluzioni in mostra, la nuova versione di Lotus Sametime 7.5. Dal virtuale al reale il passo è però breve, poiché la seconda grande area espositiva - Innovation Experiences - ha richiamato l'attenzione sui casi di aziende italiane che hanno innovato, dal singolo processo all'intero modello di business, proprio in partnership con IBM. Rispondendo infine alle esigenze del Digital Workstyle, percorso tra tecnologia, applicazioni e servizi che stanno cambiando il modo di lavorare, l'azienda ha presentato l'offerta di infrastruttura espressamente rivolta alla piccola-media impresa e al retail: da un lato con le soluzioni ACG e Buy&Go, dall'altro con il Total Store. Le prime, acronimo di Applicazioni Contabili Gestionali, sono applicazioni Web, orientate alla SOA, che coprono tutta la catena del valore delle attività aziendali: certificate nell'offerta IBM Express Advantage, semplificano lo svolgimento delle attività aziendali e si caratterizzano per tecnologia avanzata, facilità di installazione e utilizzo, prezzi adeguati ai budget delle PMI. Con il Total Store, al contrario, prende forma il negozio del futuro. Qui si parla di Personal Shopping Assistant, un dispositivo collocato sul carrello della spesa con cui il cliente interagisce. Ma si parla anche di Anyplace Kiosk, strumento multimediale interattivo "da parete" chiamato ad assistere il consumatore nella scelta, fornendo informazioni e offrendo suggerimenti personalizzati. Infine il Self Check Out, sistema in grado di consentire la scelta tra diverse modalità di pagamento della merce e abbattere i tempi di uscita. Esperti IBM hanno infine animato 13 tra i più interessanti seminari dell'E-Academy, presentando novità del calibro di DB2 Versione 9 "Viper", il più significativo progresso tecnologico nel mondo dei database server degli ultimi vent'anni. Ma non solo: spazio, tra gli altri, anche ai nuovi software Tivoli per la sicurezza, studiati per gestire gli attacchi informatici e ridurre i costi della sicurezza IT e il WebSphere Portal, sviluppato per migliorare i processi decisionali ed eseguire applicazioni transazionali con maggiore rapidità e accuratezza.



S Y S T E M

## Responsabili del supplemento

Claudio C. Gandolfo  
Gigi Beltrame

## Editing

Studio Gandolfo  
Via Vetta d'Italia, 11  
20144 Milano  
Tel. 02 4987011  
info@studiogandolfo.biz

## Consulenti per questo numero

Nicolò Boggiano Pico  
Francesca Dodici  
Francesco Oldani  
Elisabetta Peracino

## Progetto grafico e art direction

Roberto Marino

## Pubblicità

Il Sole 24 Ore Spa  
System Comunicazione  
Pubblicitaria  
Via Monte Rosa, 91  
20149 Milano  
Tel. 02 3022.1  
Fax 02 3022.3951

## Stampa

Mondadori Printing  
via Mondadori, 15  
37131 Verona

(Ins. Pub. gratuito data 20/11/2006)

## La concorrenza abilita l'innovazione

Da sempre, uno dei principali motori dell'economia è la concorrenza. Ma, soprattutto, questa è un fattore scatenante per innovare, un prodotto o un processo di business. Come affermava qualche giorno fa Pietro Guindani, Amministratore Delegato di Vodafone Italia, l'innovazione tecnologica non deve andare nella direzione della chiusura dei mercati, ma verso la creazione di un reale vantaggio per le aziende e per i clienti. Una riflessione importante, che sentiamo sempre più spesso a incontri e convegni, ma che non vorremmo diventasse una cantilena ripetuta a memoria. Innovare i prodotti e i processi per alcune aziende e per alcuni settori è un problema di sopravvivenza, per altri è un modo per generare utili. In qualsiasi caso, significa recupero di competitività.

Al World Business Forum, recentemente conclusosi a Milano, Rudolf Giuliani diceva che "una guida nella politica o nel business deve essere capace di indicare la strada, la direzione verso cui andare e in che modo arrivare". Troppo spesso, invece, si risponde con delle tattiche a quelle che sono delle strategie. In questo modo, le aziende tamponano i problemi, ma non li risolvono. Giuliani spiegava anche che bisogna imparare dagli insuccessi, non nasconderli. Un po' sulla falsariga di Bill Gates e del suo libro "Business alla velocità del pensiero" di qualche anno fa. Troppo spesso gli imprenditori e i manager delle aziende italiane sono attenti ai successi e molto meno agli insuccessi: non ne analizzano a sufficienza le

motivazioni. L'IT, in generale, risulta essere uno strumento formidabile per misurare le performance aziendali, ma anche per verificare le ragioni e le motivazioni per cui una strategia, un prodotto o un servizio non hanno avuto la resa sperata. Giuliani spiegava che un uso consapevole dell'informazione all'interno delle aziende agevola la gestione della conoscenza. Si traduce in capacità di fare previsioni attendibili, basate su dati storici, che si tramutano in decisioni sempre più consapevoli. L'ICT, quindi è uno strumento eccezionale, se non unico, per misurare il successo o l'insuccesso di un'azione o di un progetto in tempi ragionevoli per non pregiudicare un business. Oggi la tecnologia che abbiamo a disposizione, sebbene ampiamente da affinare, è volta a raggiungere gli obiettivi di business, non solo nel vendere sogni. Basta saper scegliere i partner giusti e cercare di cambiare, lentamente, la cultura aziendale. Alcune sono rivoluzioni silenziose, come quella dell'e-mail che ha trasformato il modo di lavorare di tutti. Altre sono invisibili, come la diffusione della banda larga sul cellulare o della collaborazione tra colleghi e reparti nelle banche, per gestire sempre meglio il patrimonio, che non è fatto dalla mera raccolta, ma dai clienti. Non a caso, il dossier di questo numero è uno sguardo concreto su quanto la tecnologia sia un elemento importante per le imprese, perché le banche rappresentano il segmento più ancorato alle tradizioni che esista al mondo. E l'Italia, in questo settore, ha dei validi argomenti.

**L'ICT consente di misurare successi o insuccessi in tempi ragionevoli per non pregiudicare un business**

# Sommario

## Sommario

### Opinioni

*Opinioni*

- Andrea Pontremoli  
Presidente e Amministratore Delegato di IBM Italia

pagina  
**5**

### Editoriale

*Editoriale*

- La concorrenza abilita l'innovazione

pagina  
**7**

### Intervista

*Intervista*

- Davide Oriani  
Amministratore Delegato di Ricoh Italia

pagina  
**10**

### Dossier

*Dossier*

- Rapporto banche e ICT  
- L'analisi: School of Management Politecnico di Milano (30)

pagina  
**14**

### Tendenze

*Tendenze*

- Pubblicità interattiva: il cliente è protagonista (32)  
- Tecnologia e fitness accoppiata vincente (33)  
- Praticità ed efficienza con il chiosco per le spedizioni self-service (34)  
- Telecomunicazioni: quando diventano un fattore competitivo (35)

pagina  
**31**

### Scenari & Mercati

*Scenari & Mercati*

- Monte dei Paschi pensa alla filiale del futuro (38)  
- CONSOB sceglie Atos Origin per la gestione dei servizi IT (40)  
- L'analisi: GfK (41)  
- Performance Management al centro dei processi aziendali (42)  
- L'analisi: IDC (43)

pagina  
**37**

### Sicurezza

*Sicurezza*

- Furto di dati: la nuova minaccia per la sicurezza delle aziende (46)  
- Internet Crime: le aziende italiane "senza rete nella rete"? (47)

pagina  
**45**

### Pubblica Amministrazione

*Pubblica Amministrazione*

- 150 comuni del Veneto connessi in banda larga wireless (50)  
- e-Government, e-democracy: dematerializzare per risparmiare (51)  
- Un'architettura flessibile per servizi più personalizzati all'INPS (52)

pagina  
**49**

### Protagonisti

*Protagonisti*

- Trasparenza nei costi di noleggio operativo (54)  
- Un "single point of contact" per l'ottimizzazione dei fornitori (55)  
- Un'idea rivoluzionaria per pubblicare, e non solo (56)  
- Connettività a 360 gradi per le PMI (57)  
- Il peso della consulenza (58)

pagina  
**53**

- In vetrina (60)  
- Personaggi & carrieri (64)  
- Controeditoriale (66)

Il nostro blog: [www.puntoict.biz](http://www.puntoict.biz)





## Davide Oriani - Amministratore Delegato di Ricoh Italia

Davide Oriani, 50 anni, milanese, è presente in azienda sin dalla nascita di Ricoh Italia nel 1990. Ha ricoperto in passato la funzione di Direttore Vendite Indirette, contribuendo al potenziamento dell'attuale rete commerciale in Italia, che oggi comprende oltre 800 punti vendita qualificati. Dopo l'esperienza come Direttore Marketing sempre in Ricoh, gli viene affidata nel 1998 la Direzione della rete di Vendita Diretta - che oggi comprende le Ricoh Point di Torino, Genova, Milano, Firenze, Padova, Roma, Napoli e la Ricoh Sicilia a Palermo, Catania, Messina - e nel 2001 la Direzione Commerciale di Ricoh Italia. Nel 2002 viene nominato Managing Director di Ricoh Italia SpA.

### **È vero che il documento elettronico sta facendo lievitare i costi che gravano sulle aziende?**

Dalle analisi condotte dalle principali società di ricerca (Gartner, IDC, Infosource, ecc.) emerge che il volume delle pagine stampate cresce con un tasso del 20% all'anno, perché aumentano i documenti in formato digitale, le e-mail, gli allegati e soprattutto cresce l'esigenza personale di stampare. In questo contesto, Ricoh si propone come partner specializzato nella gestione dei documenti, con qualche argomento in più.

### **Per esempio?**

Siamo in grado di supportare le aziende nella gestione documentale a tre-

centosessanta gradi. Possiamo far risparmiare ai nostri clienti costi che oggi invece sono spese nascoste e, soprattutto, possiamo razionalizzare i processi di gestione di tutti i documenti, che si tratti di fax, copie, stampe oppure di file.

### **Quindi, per Ricoh, non è solo un problema di stampa?**

I costi di stampa sono costituiti da una serie di elementi, di cui l'acquisto delle attrezzature è solo una parte. Incide

anche la manutenzione, ma nel complesso siamo ancora a una percentuale inferiore al 50%. Contano poi molto il toner e i vari prodotti di consumo, e di conseguenza l'amministrazione e l'utilizzo delle attrezzature. Sono tutte voci di bilancio diverse, per cui molto spesso le aziende non si rendono conto dei costi reali di produzione dei documenti. Senza dimenticare poi i rapporti con più fornitori che moltiplicano tempi e risorse.

### **Chi è Ricoh**

Ricoh è leader mondiale nel mercato dell'Office Automation. La gamma di prodotti - tutti basati sulla tecnologia digitale - include copiatrici, multifunzione, stampanti, fax, fotocamere, scanner e dischi ottici. Il Gruppo comprende a livello globale più di 300 aziende e oltre 76.000 persone.

## Come operate?

Il nostro è un approccio consulenziale che coinvolge innanzitutto il management delle aziende: effettuiamo un'analisi in loco presso il cliente, con interviste in tutte le aree aziendali, per individuare le reali esigenze di gestione dei documenti. Per questo interessiamo il management e non solo i responsabili tecnici.

## E quali risparmi potete offrire, in termini di costi aziendali?

La nostra proposta offre in media il 20-30% di risparmio sui costi di stampa, ovviamente complessivi. Se pensiamo che il costo di stampa dei documenti incide per una percentuale tra l'1% e il 3% sugli utili aziendali, risparmiare su questa voce significa recuperare risorse e incrementare gli utili, il che non è sempre facile in un periodo complesso come quello attuale.

## Un buon risparmio, ma dopo la fase di analisi, come vi comportate?

Dopo il processo di analisi, curato da un team di specialisti direttamente presso la sede del cliente, viene preparato un documento dettagliato con i risultati dell'attività di consulenza. In base a questo report, Ricoh propone una soluzione di ottimizzazione sia in termini di costo sia di miglioramento delle modalità di gestione dei documenti. Stiamo parlando di un risparmio reale sui costi diretti di produzione dei documenti e sui costi generali di gestione (per esempio, le attività di fatturazione). Quindi raziona-

lizziamo e sensibilizziamo l'azienda sui diversi costi nascosti, solitamente non considerati nelle valutazioni economiche. Il nostro approccio che, ripeto, non è tecnico ma tipicamente consulenziale, è ben riconosciuto e apprezzato dal mercato.

## E per le attrezzature esistenti?

Ci facciamo carico delle periferiche di stampa già presenti in azienda, che acquistiamo e sostituiamo con le nostre, a meno che le voci a cespite siano ancora troppo onerose sui bilanci.

Questo tipo di operazione è stata pensata per salvaguardare l'investimento già effettuato dai clienti.

## Un processo di consulenza importante. È certificato ISO?

Tutto il processo di consulenza e di attuazione del progetto, che prende il nome di Total Document Value, è stato certificato ISO 9000. Infatti non si parla soltanto di fornire prodotti, ma di attuare un processo operativo nella sua globalità.

## Controllo dei costi di stampa e risorse finanziarie che si liberano, sono solo promesse?

Noi abbiamo delle certezze: il controllo dei costi, oltre al risparmio, è un fattore importante. D'altra parte c'è da dire che in moltissime aziende i manager non conoscono nei dettagli il numero e il tipo di attrezzature presenti nei propri uffici. Quindi già ottimizzare le periferiche installate sarebbe un traguardo importante per ogni azienda.



## Vanno bene i processi, ma poi servono prodotti vincenti, o no?

Ovviamente. Noi possiamo vantare un approccio consulenziale perché disponiamo di una gamma completa di prodotti, che parte da attrezzature multifunzione in bianco e nero e a colori, con velocità di stampa da 6 pagine al minuto in formato A4 fino ad arrivare a periferiche da 270 pagine al minuto, anche in A3. Inoltre possiamo offrire soluzioni adatte alle postazioni personali, grazie a una nuova tecnologia proprietaria, che si chiama *GelSprinter*, con cui si ottengono risultati di qualità eccezionale in tempi davvero brevissimi.

## Per avere prodotti validi è necessario avere a disposizione un reparto di Ricerca e Sviluppo all'avanguardia...

La nostra è una multinazionale giapponese fortemente convinta che l'innovazione sia indispensabile per essere leader di mercato. Per questo ogni anno investiamo in Ricerca e Sviluppo circa l'8% del fatturato. Però, oltre ai prodotti per noi è molto importante anche il rapporto con il cliente. Perciò Ricoh è presente in ogni continente e dispone di un team di specialisti appositamente dedicato alle multinazionali per garantire un livello di servizio e di condizioni uguale in ogni parte del mondo. Pensiamo per esempio alle aziende che esigono un layout omogeneo per le diverse filiali e che devono replicare la struttura e le capacità di



stampa secondo determinati standard.

## Seguite solo grandi clienti o anche PMI?

Siamo capaci di gestire tanto le PMI quanto le grandi aziende, sia tramite le diverse sedi Ricoh in tutta Italia sia attraverso partner e dealer qualificati. Poste Italiane, per esempio, è un nostro cliente, con attrezzature in ogni filiale tutte collegate in rete, ed è un ottimo esempio di come Ricoh sia in grado di realiz-

zare un servizio efficiente di gestione dei processi di stampa anche in strutture molto articolate. Abbiamo la capacità di installare attrezzature su tutto il territorio e di garantire un'assistenza tecnica capillare, per poter affrontare e soddisfare qualunque esigenza in modo tempestivo.

## Perché vi rivolgete direttamente a manager e imprenditori?

Il nostro approccio è focalizzato sul valo-

re dei documenti e per questo motivo è fondamentale parlare ai top manager, ai responsabili del controllo di gestione o a chi si occupa degli acquisti. Di fatto, quando noi prendiamo in considerazione i costi di stampa, non ci riferiamo solo alle attrezzature, ma anche ai costi meno visibili del toner, dell'assistenza e così via. L'acquisto di un'attrezzatura in sé rappresenta una spesa che è pari a meno di un quarto del costo dell'intero processo documentale.

## I prodotti principali



**STAMPANTI LASER A COLORI**  
Le stampanti Aficio di Ricoh sono laser, per garantire migliore qualità di stampa, con

risoluzione fino a 1.200 dpi e velocità da 8 a 35 pagine al minuto. Stampano su supporti di diverso formato, fino all'A3, anche in fronte/retro. Sono competitive per prezzo d'acquisto e costi di gestione e garantiscono sempre colori brillanti e testi perfettamente nitidi, sia a colori sia in bianco e nero.

### STAMPANTI LASER B/N

Le stampanti Ricoh in bianco e nero si distinguono particolarmente per l'ottima economia di esercizio, oltre che per eccezionali funzionalità, efficienza e qualità. La velocità e i formati massimi di stampa variano da 20 a 75 pagine al minuto e dall'A4 all'A3, a seconda dei modelli.

### STAMPANTI A COLORI GELSprinter

Le stampanti Ricoh basate sulla tecnologia *GelSprinter* sono in grado di offrire i benefici delle tradizionali stampanti laser (costi di stampa contenuti, velocità di stampa elevata) abbinati ai vantaggi

delle ink-jet (tempo di prima stampa immediato, dimensioni contenute, minimo consumo di energia elettrica), per garantire il miglior rapporto prezzo-prestazioni. Molto compatti e sem-



plici da utilizzare, i modelli *GelSprinter* stampano in fronte/retro praticamente alla stessa velocità di stampa di una singola facciata e, con la modalità Risparmio Colore, producono stampe a colori allo stesso costo di quelle in bianco e nero.

### DUPLICATORI DIGITALI PRIIPORT

Sono soluzioni convenienti per la stampa di circolari, notiziari, volantini,

listini e cataloghi. Facili da utilizzare, duplicano anche in formato A3 e, collegati a un computer, si trasformano in rapidissime stampanti capaci di lavorare con velocità fino a 130 pagine A4 al minuto.

### MULTIFUNZIONE A COLORI E B/N

La gamma Ricoh comprende modelli multifunzione - copiatrici, fax, scanner e stampanti di rete - che offrono una risoluzione fino a 1.200 dpi per garantire la massima precisione dei testi e un'ottima fedeltà cromatica. Sono veloci ed efficienti: alla produttività del bianco e nero aggiungono l'efficienza del colore, a un prezzo davvero conveniente, su formati fino all'A3.



## Ma per "stampare", si parla di processi che variano da azienda ad azienda?

Certamente. Esistono diverse tipologie di aziende, e ognuna ha in realtà le proprie abitudini e metodologie, quindi non possiamo generalizzare. Il nostro è necessariamente un approccio personalizzato. Affrontiamo ogni progetto da zero, analizzando i costi reali, valutando e verificando le esigenze degli utilizzatori. Ma l'interlocutore per la nostra consulenza deve essere un manager, perché solo chi ha una visione globale degli aspetti economici dell'azienda riesce a percepire il risparmio reale che possiamo garantire.

## Un lavoro lungo; come vi comportate?

Dal primo contatto al contratto definitivo la strada è lunga, perché facciamo simulazioni, presentiamo al cliente la nostra proposta, la concordiamo insieme per garantire la massima soddisfazione. La nostra struttura operativa è perfettamente preparata per fornire un supporto personalizzato al cliente e realizzare in concreto il progetto stesso.

## C'è stata una forte crescita di Ricoh Italia, soprattutto quest'anno.

### Come mai?

Il mercato ci sta apprezzando soprattutto per la chiarezza della nostra offerta, ma sulla crescita del fatturato hanno inciso fortemente alcune operazioni mirate effettuate nel corso dell'anno. Ricoh ha un market share del

## Total Document Value

È l'approccio di Ricoh che ottimizza in modo globale la gestione dei documenti, ridisegnandone il flusso e incrementandone il valore. Ricoh propone soluzioni hardware innovative e personalizzate in base alle esigenze delle aziende, oltre a software specifici per la gestione del flusso documentale e per l'ottimizzazione del costo totale della

produzione dei documenti. La metodologia Ricoh affronta la gestione del documento nella sua totalità - quindi dalla generazione elettronica alla distribuzione e archiviazione dei documenti - con particolare attenzione alla sicurezza delle informazioni. Questo tipo di approccio considera l'intera vita del documento e ne analizza il percorso per accrescerne il valore. La gestione dell'informazione aziendale è fondamentale per tutte quelle realtà che vogliono stare al passo con i tempi, e il Total Document Value permette di progettare a quattro mani, tra Ricoh e il cliente, una soluzione efficiente capace di migliorare i processi documentali. L'ottimizzazione dei processi si concretizza poi in un'evidente riduzione dei costi di produzione e in una corretta mappatura delle periferiche di stampa. I vantaggi si traducono quindi nella riduzione e nella certezza dei costi della produzione dei documenti e nell'omogeneità della gestione fisica della produzione, al fine di garantire un flusso ottimale sia fisico sia digitale.



20%, offre un portafoglio prodotti invidiabile e vanta un fortissimo presidio sui clienti. In più, attraverso le analisi del Total Document Value permette a tutte le aziende di conoscere i dettagli di costo di ogni output, con un sistema facilmente comprensibile

anche per chi non è un tecnico.

Quindi, grazie a Ricoh, i manager e i contabili dispongono di strumenti che semplificano la valutazione dei costi e consentono di conoscere in dettaglio ogni singola spesa, in qualsiasi momento. Il nostro approccio è quindi decisamente apprezzato, soprattutto per quanto riguarda la possibilità che Ricoh si faccia carico, in

toto o in parte, delle attrezzature da sostituire.

## Attrezzature d'ufficio: che cosa significa essere leader in questo settore?

Significa una presenza sul territorio molto capillare, per assicurare qualità e affidabilità, ma soprattutto una grande capacità di garantire davvero la massima soddisfazione dei nostri clienti. Chiaramente questa visione ha senso se si possono offrire prodotti con performance eccezionali e tecnologie sempre all'avanguardia, e se il tutto è supportato da una organizzazione efficiente e affidabile. Per comprendere l'impegno di Ricoh, basta citare il numero di prodotti lanciati nel 2006: ben 76, che diventano 110 se si considerano le diverse configurazioni possibili. Sono cifre importanti. Cifre da leader.



# Multicanalità ed efficienza la sfida per il settore bancario

La crescita delle esigenze della clientela, la pressione competitiva e la compliance sempre più stringente aprono molteplici fronti caldi per il settore bancario. Importanti sfide che si possono vincere con l'apporto dell'Information Technology.



Dall'anno 2000 in poi, per il settore bancario si sono aperti molteplici fronti di cambiamento, alcuni segnatamente tecnologici, altri derivati da cambiamenti normativi più o meno profondi (la cosiddetta compliance). Di tutte le industrie, il Finance è il settore che probabilmente vive maggiormente di Information Technology, in quanto tutti i processi interni non muovono nulla di fisico ma spostano ed elaborano dati e informazioni. L'infrastruttura IT e le relative applicazioni diventano quindi la spina dorsale e il sistema nervoso delle banche. Oggi ciò che il cliente misura sono sostanzialmente i costi e l'efficienza. Due parametri sempre più legati tra loro che possono trarre motivazione e ottenere accettazione solo da una compatibilità degli stessi. Con l'erosione dei margini di ogni attività, il supporto bancario non è più visto come un costo necessario, sfuggente a valutazioni critiche, ma diviene uno dei tanti

parametri che sono messi nel conto economico. Forse l'affermazione è un po' spinta ed eccessiva, ma tendenzialmente non così lontana dalla realtà. L'efficienza è la sola leva che possa giustificare i costi e diverrà sempre più un fattore di competitività e protezione del business. Business minacciato dall'apertura dei mercati e dall'arrivo di nuovi competitor, dal cambiamento normativo che regala alla clientela possibilità di migrazione sempre



## Mega ridisegna i processi

Mega International è un fornitore di soluzioni di Business Process Analysis (BPA), Governance Risk & Compliance (GRC) e Enterprise Architecture (EA). Il posizionamento sul mercato di Mega è nell'ambito dell'analisi e della modellazione dei processi che si esprime attraverso consulenze organizzative che hanno l'obiettivo di allineare l'Information Technology agli obiettivi di business. Fondata a Parigi nel 1991 a seguito di uno spin-off di Cap Gemini,



Carlo di Vittorio, Vice President  
Bank & Finance Europe Mega

Mega ha accresciuto le proprie competenze dai tool ai servizi di consulenza, in particolare nel settore assicurativo e finanziario. In Italia è presente con una sede a Milano e si avvale di una rete di partner qualificati e certificati. I progetti realizzati coprono tutti i temi più importanti della compliance e spaziano dalla gestione dei rischi operativi, a Basilea 2, DI 232, Sarbanes-Oxley Act, Business Continuity Planning & Management e altro. Le aree di attività coinvolgono la definizione delle architetture d'impresa per i dirigenti di azienda; un'ultima significativa esperienza è quella portata a termine con Banca Popolare di Bari in cui Mega ha contribuito a ridisegnare i processi di gestione del credito che hanno consentito di incrementare in modo determinante l'efficienza generale. I servizi messi a disposizione da Mega in ambito di riorganizzazione e ridisegno dei processi sono particolarmente considerati dalle imprese, le quali alimentano un mercato che, attualmente, è in grande crescita.

più agevoli, e dall'offerta di prodotto che sfruttando la multicanalità può articolarsi su elementi fino a ieri neppure considerati. Come si risponde a queste sfide? Gli esperti indicano una strada concettualmente semplice: mettere a punto un'organizzazione interna tanto flessibile e adattabile da rispondere velocemente ed efficacemente al marketing, alle normative, all'innovazione di canale, il tutto a costi ridotti. Non è poco ma è possibile.

### Il ruolo dell'infrastruttura

È fondamentale. Se il tipo di organizzazione interna è destinato a mutare, passando dal paradigma verticale top-down per area a quello più moderno di tipo trasversale per processi, il ruolo dell'infrastruttura è determinante. Si tratta di concetti assunti e sviscerati da tempo, ormai assimilati dalle banche ma che presentano possibilità evolutive forse sorprendenti. Sostanzialmente il sistema informativo della banca a livello sistemico non può essere più considerato un insieme di macchine (server) e canali di comunicazione, ma un nucleo computazionale la cui potenza di fuoco, o meglio di calcolo, si può rivolgere nella direzione opportuna e nei tempi richiesti. E gli automatismi che governano tale adattabilità devono essere tali da rendere

## Consulting di processo, il nuovo valore di T-Systems Italia



T-Systems è un'azienda del Gruppo Deutsche Telekom che conta 52.000 dipendenti ed è presente in oltre 20 nazioni. In Italia è attiva con oltre 700 addetti in 6 sedi e si posiziona come uno dei maggiori ICT Player, con particolare focus sull'outsourcing, grazie a uno dei più significativi data center in Italia dove viene "protetto" il business dei maggiori gruppi protagonisti dell'economia del nostro Paese. A conferma di ciò sono i 25.000 Mips, 5.500 server e i 50.000 utenti SAP. Solo per citarne alcuni, nell'ambito Finance, Reale Mutua Assicurazioni e la recente referenza Fondazione Cariplo che ha affidato a T-Systems Italia l'implementazione di un nuovo sistema informativo e la sua gestione. L'accordo, della durata di cinque anni, si inserisce nel processo di "Change Management" di Fondazione Cariplo finalizzato ad automatizzare e migliorare i processi. Accanto alla fornitura di servizi correlati alla gestione infrastrutturale, T-Systems Italia fornisce al mercato servizi di gestione di processo, come dichiara **Alberto Cera**,

**Industry Line Finance Director di T-Systems Italia:** "in questo momento stiamo mettendo in atto un grande impegno per fornire ai nostri clienti non solo soluzioni tecnologiche, ma anche strumenti e soluzioni sempre più vicini al business. Grazie alle conoscenze che abbiamo acquisito nel tempo con i clienti, possiamo proporci in qualità di consulente globale e puntiamo a indirizzare una grossa fetta di ricavi su questo tipo di attività. Le consulenze che offriamo in partnership con aziende leader, hanno consentito ai nostri clienti di capire il nostro approccio e il valore che siamo in grado di dare nel considerare l'ICT non solo come strumento per adempiere alle normative, ma come investimento a vantaggio del business. Riteniamo sia un importante valore di differenziazione". È indubbio che la compliance sia uno dei motori di cambiamento nel settore bancario, ma la sua traduzione pratica può avere ricadute molto differenti. Continua Cera: "consideriamo Basilea 2. Se il progetto IT che ne implementa le regole è visto esclusivamente come un adeguamento necessario, l'implementazione che ne deriva appare solo un costo. Se invece il progetto è impostato in modo da raccogliere e interpretare i dati di rischio, non soltanto sotto il profilo della "protezione", ma anche e soprattutto sulla strada di un corretto bilanciamento tra investimenti, business protetto e rischio intrinseco, il beneficio risulta strategico per l'azienda. Per questi motivi noi offriamo la possibilità di effettuare un'analisi attraverso una modalità predefinita che prende in considerazione oltre 250 processi cardine dei quali misuriamo l'intensità del rischio. Successivamente mettiamo a punto i criteri di valutazione e gli algoritmi conseguenti. La valutazione dei processi critici è una scelta che lasciamo in azienda e che consente di stabilire un percorso e delle priorità di interventi. Accanto a tutto questo, noi assicuriamo la continuità operativa in qualunque situazione". I cambiamenti che investono il settore bancario sono molteplici e alcuni di questi coinvolgono anche l'approccio rispetto all'outsourcing, che si sta ampliando soprattutto in senso selettivo. "Ciò che le banche, soprattutto di grandi dimensioni, ci stanno chiedendo è di offrire servizi di supporto in aree complementari - prosegue Cera -. Mi riferisco ad attività non correlate al core business quali, per esempio, l'amministrazione del personale. Noi abbiamo un'offerta di BPO (Business Processing Outsourcing) sull'area Document Management, Printing e HR che consente ai nostri clienti di delegare completamente questi ambiti all'esterno. Il settore bancario e assicurativo, per tradizione e per cultura, continua infatti a mantenere al proprio interno tutte le attività core, considerando questa scelta una posizione produttiva ed efficace per il proprio business. Anche sotto il profilo della gestione ICT, ritenendo l'insourcing come la forma più appropriata di gestione". In tutto questo, l'Information Technology svolge un ruolo fondamentale e abilitante, conclude Cera: "l'ICT, in passato considerato solo un costo, risulta ormai essere una voce irrinunciabile nella crescita di processo e di business nelle realtà finanziarie. La nostra esperienza nell'integrare ambienti, piattaforme e patrimoni informativi diversi assume, sotto questo profilo, un valore sempre maggiore all'interno delle politiche di aggregazione e fusione in atto nel mercato. Se infatti tutte le informazioni di cui le banche dispongono, non sono aggregate nel modo migliore, non risultano funzionali al business. Per questo motivo, secondo noi, le realtà finanziarie dovranno sempre più integrare gli aspetti informativi, applicativi e di processi nell'ottica di raggiungere la massima efficienza interna".

trasparente agli utenti ciò che accade, con un grado di affidabilità che possa garantire la Business Continuity. Obiettivi molto ambiziosi ma raggiungibili, come ha spiegato Giovanni Lanfranchi, Direttore del Laboratorio Tivoli di Roma, uno dei centri di eccellenza mondiali per lo sviluppo di tecnologie informatiche per il mondo bancario: "fondamentalmente ci sono

quattro grandi aree di estremo interesse per il mondo bancario: l'area del Configuration Management (gestione della configurazione e della compliance), il monitoraggio dei sistemi (back-end ed elementi periferici come i cash dispenser), l'area del Workload Management (la gestione e l'ottimizzazione dei carichi di lavoro) e infine il Service Management che racchiude anche altre aree

quali gestione e automazione dei vari processi. Per quanto riguarda il Workload Management, le innovazioni che abbiamo introdotto sono sostanziali e oggi riusciamo a virtualizzare l'intero sistema informativo rendendo disponibili le risorse dove e quando servono. Ma soprattutto si riesce a effettuare tutto questo in modo dinamico, in una logica di grid computing che non solo

“Ogni cambiamento deve essere inquadrato come un mutamento integrato e fluido che coinvolge, senza soluzione di continuità, tutto ciò che vi sta attorno”

consente di raggiungere sempre le migliori prestazioni possibili, ma anche e soprattutto garantisce un'affidabilità massima". Ma come si raggiungono tali performance? Come si riesce a rendere un gruppo di server che fino a ieri erano assegnati a processi ben precisi un sistema unico e adattabile ad attività anche variabili? Lo spiega Lanfranchi: "L'innovazione della nostra tecnologia deriva dal considerare l'assegnamento dei carichi di lavoro, dei job, da processo statico a dinamico. Viene esaminato il workload da eseguire e dinamicamente si assegna la porzione di attività alla migliore risorsa disponibile. Si tratta quindi di un motore intelligente che basandosi su criteri

prestabiliti ottimizza in modo dinamico i carichi di lavoro, la gestione delle risorse, l'efficienza di attuazione. Ma ci sono anche altri vantaggi: uno di questi, estremamente importante per le banche, è l'elevamento del grado di affidabilità, che permette di scartare i pezzi di infrastruttura che non funzionano: così aumenta la disponibilità del servizio. Andando più in profondità, noi consideriamo l'intera infrastruttura come se fosse un cluster dinamico". Un approccio, quello di IBM, che non solo presidia l'infrastruttura ma ne consente una crescita e una evoluzione in modo totalmente trasparente. Così, aggiungere un server o un'applicazione è una delle capacità del

## Banca Popolare di Bari investe sui processi

In molti settori industriali e commerciali si sta assistendo a un cambiamento sostanziale nel modo di gestire le attività. L'organizzazione aziendale, che tradizionalmente è di tipo verticale, sta adeguandosi alle esigenze di maggior efficienza e flessibilità imposte dai mercati modificandosi in modo trasversale rispetto alle aree aziendali, assumendo una fisionomia "per processi". Nonostante il mondo bancario abbia una connotazione tradizionalista di tipo verticale, l'organizzazione per processi è una strada che può dare risultati lusinghieri, come conferma l'esperienza della Banca Popolare di Bari. Cambiare il tipo di organizzazione intera non è un passaggio facile e immediato, ma le performance raggiungibili dimostrano la valenza strategica della scelta, come ha dichiarato Luigi Jacobini,

responsabile direzione governo di BPP: "Banca Popolare di Bari negli ultimi cinque anni è cresciuta esponenzialmente, pur rimanendo una banca di piccole dimensioni, attraverso tante piccole fusioni per incorporazione. L'ultima acquisizione deriva dall'acquisto di Banca Mediterranea che ha raddoppiato la nostra dimensione operativa. Le varie fusioni hanno messo a confronto più culture aziendali con diverse modalità operative e l'ultima con Banca Mediterranea è stata la chiave di volta decisiva per avviare un processo di ristrutturazione di tutto il modello organizzativo. Abbiamo quindi attuato un'opera di bonifica e normalizzazione di tutti i processi con lo scopo di trarre maggior efficienza e sostenere al meglio il "motore commerciale" nell'attività di sviluppo sui nostri territori". Una decisione strategica maturata profondamente all'interno della banca, prosegue Jacobini: "la trasformazione per processi attuata era ed è nel nostro DNA e lo sarà sempre più in quanto si tratta di un cambiamento lungo, complesso e articolato. Riteniamo che una gestione per processi possa consentire all'azienda di aumentare efficienza ed efficacia operativa in misura notevole. E questo risultato è la condizione necessaria per stare sul mercato e trasformare le strategie in attività quotidiane coerenti". Una trasformazione organizzativa così radicale ha avuto un impatto importante sul personale e ha richiesto un grande impegno da parte dell'azienda. Attualmente, la nuova organizzazione è stata realizzata nella gestione del rischio ma verrà estesa a tutte le aree più importanti. Prosegue Jacobini: "abbiamo preso la decisione di riorganizzare per processi le principali aree aziendali; il nostro schema di riferimento è quello di ABI Lab che stiamo personalizzando ed estenderemo ai crediti, all'area finanziaria e alla distribuzione (gestione delle filiali). La gestione per processi è già attiva nell'ambito del rischio sui prestiti personali e mutui. Abbiamo raggiunto un grado di efficienza che ci consente di dare risposte in tempi rapidissimi e oggi siamo in grado di decidere un finanziamento nell'arco di due giorni. La velocità è un elemento fondamentale per gestire la clientela efficacemente". In tutto questo l'Information Technology ha giocato un ruolo fondamentale anche dal punto di vista culturale, conclude Jacobini: "L'IT rappresenta il punto di partenza e di arrivo di tutta la progettualità. Senza il supporto informatico ogni riorganizzazione rimane un concetto sulla carta. L'attuazione dei processi avviene quindi solo attraverso un investimento mirato senza il quale non è possibile giungere ai risultati desiderati. Noi crediamo molto nel coltivare all'interno dell'azienda le competenze necessarie a valutare e scegliere le soluzioni più adatte ai nostri obiettivi. Nel momento in cui si è deciso di avviare una riorganizzazione per processi abbiamo effettuato una software selection interna scegliendo direttamente Mega quale partner tecnologico di riferimento per il progetto".



## Accenture punta su Origination, Onboarding e Outside Marketing

Accenture ha una profonda esperienza circa le esigenze del settore Finance e bancario in termini di innovazione e Information Technology. Abbiamo chiesto a **Diego Rampoldi, Partner dell'area Financial Services di Accenture**, quali siano le principali dinamiche che hanno influenzato il settore bancario. "Negli ultimi anni le grandi banche hanno puntato alla crescita dimensionale organica e inorganica e, nel contempo, al raggiungimento di livelli di costo più contenuti, tali da favorirne la competitività. Occorre considerare che negli ultimi dieci anni l'efficienza del settore è costantemente aumentata e il livello di cost-to-income medio si è contratto del 7,5%: dal 68,1% del 1995 al 60,6% del 2005. Anche la redditività del settore è in costante crescita con un ROE medio cresciuto dal 1,7% del 1995 al 9,4% del 2005. Dopo una prima ondata di Merge & Acquisition terminata sostanzialmente tre anni fa, se ne è ora aperta una seconda, che è caratterizzata anche da obiettivi cross-border". Parallelamente a questi fenomeni, anche i prodotti hanno registrato un'evoluzione. "Relativamente ai prodotti - continua Rampoldi - si è vissuto un vero e proprio boom del credito al consumo e dei mutui, ma si è anche evoluta l'offerta



(per esempio, con la proposizione dei conti a pacchetto), con cui le banche puntano a riconquistare la fiducia dei clienti la cui mobilità è infatti aumentata, sia in ambito retail sia corporate. Inoltre, continua a crescere il numero dei clienti di più banche". Un cambiamento che ha avuto un impatto anche sull'Information Technology, precisa Rampoldi: "in generale in questi anni i principali fattori evolutivi sul settore IT sono stati l'evoluzione del business (crescita organica), la crescita inorganica, la pressione da parte degli organi regolamentari (per esempio: IAS e Basilea 2) e la spinta alla riduzione dei costi. Le principali sfide all'IT di questi ultimi anni hanno riguardato dunque la virtualizzazione dell'operatività (direct banking, evoluzione ATM, pagamenti), la conoscenza del cliente (CRM) e la gestione della compliance. In particolare, molto si è fatto negli ultimi anni per migliorare la conoscenza del cliente, investendo nei sistemi CRM. Sono stati soprattutto i grandi gruppi a portare a compimento progetti che hanno conseguito effettivi risultati in termini di segmentazione dell'offerta e di una maggiore spinta commerciale. Inizialmente i maggiori investimenti in area CRM sono stati indirizzati all'analisi del cliente (componente di Insight), attraverso lo sviluppo dei sistemi di Data Management e Customer Intelligence. Negli ultimi due/tre anni, però, è cresciuta l'attenzione ai sistemi di Front End CRM (componente di Customer Interaction), anche se con una certa lentezza. Per completare questo ciclo virtuoso e ottenere un buon livello di differenziazione nei modelli di servizio è in realtà necessario che i grandi gruppi bancari proseguano nell'affrontare questo cambiamento, agendo con attenzione non solo sulle tecnologie, ma anche all'evoluzione della propria forza commerciale, con interventi sui processi e sulla formazione delle Risorse Umane". Da qui si capisce che un trend sicuramente importante da analizzare è quello della gestione della clientela, come afferma Rampoldi: "in questi anni si è progressivamente affermato un modello di gestione specializzato per segmenti di clientela. L'IT ha risposto a queste esigenze indirizzando soluzioni specializzate, dirette prevalentemente sul CRM (gestione cliente) e di Front End (Corporate Banking, gestione cliente più proattiva). Si è anche compiuto un cambiamento di approccio introducendo una migliore valutazione del profilo rischio/rendimento del cliente. In generale, emerge però la problematica della mobilità della clientela. Per migliorare il livello di fidelizzazione del cliente Accenture propone un nuovo modello di approccio detto "delle 3 O": Origination, Onboarding, Outside Marketing:

- L'Origination si focalizza sul tema dell'acquisizione del nuovo cliente e indirizza anzitutto la semplificazione delle modalità di interazione e degli aspetti più "burocratici" collegati alla vendita dei prodotti;
- L'Onboarding riguarda il processo di retention del nuovo cliente acquisito. È un dato di fatto che i clienti che sono nel primo anno di rapporto sono caratterizzati da un tasso di mobilità superiore rispetto agli altri;
- L'Outside Marketing si riferisce alla capacità dell'istituto finanziario di crearsi un network di alleanze con realtà non bancarie che detengono il contatto con il cliente vendendo anche prodotti di tipo bancario (credito al consumo, carte di credito, ecc.).

Negli Stati Uniti questo modello è già applicato con successo e i maggiori gruppi bancari hanno stretto alleanze con le principali catene di distribuzione. Per quanto riguarda l'Italia si tratta di un'opportunità da vagliare nel prossimo futuro, resa però concreta dalla realtà del livello di disintermediazione già oggi in essere (che tocca il 40% dei prodotti bancari semplici)".

Rampoldi conclude affermando che: "anche la quantità e la qualità dei dati messi a disposizione con le evoluzioni dei sistemi richieste da Basilea 2 si configurano come un'opportunità di trasformazione dei modelli commerciali in senso risk/price based".

sistema, spiega Lanfranchi: "uno dei grossissimi vantaggi della nostra tecnologia e del nostro software è la possibilità di assecondare il cambiamento dell'infrastruttura. Aggiungendo o cambiando un server, oppure una o più applicazioni, il nostro software automaticamente e autonomamente gestisce la nuova risorsa grazie a una funzione di automatic discovery e la sfrutta nel migliore dei modi. Ma c'è un altro scenario: quello dell'automatic provisioning. Un esempio può spiegare meglio la portata di tale possibilità: grazie al dynamic workload viene assegnato un job a una macchina, in funzione delle risorse disponibili. Ma che cosa accade se la macchina effettivamente non è disponibile? In questo caso risolve la situazione un software apposto da noi sviluppato, denominato Tivoli Provisioning Management, che estrae da un set di server disponibili la macchina adeguata, installa sistema operativo e applicazioni e vi trasferisce il processo. Senza che il servizio subisca interruzioni o rallentamenti significativi". Un passo avanti notevole.

### **L'opportunità della compliance**

Rispetto ai cambiamenti normativi vi sono da fare alcune considerazioni che mettono a fuoco le opportunità insite nei cambiamenti indotti. L'approccio tradizionale, che a fronte di un'esigenza specifica mette in atto una soluzione funzionale esclusivamente dedicata, è ormai tramontato. I maggiori esperti sostengono da tempo che non è più possibile interpretare l'IT bancario come un puzzle di applicazioni più o meno integrate che in modalità top-down eseguono

## Centro Data analizza con QlikView

Centro Data opera da oltre venti anni nel segmento delle soluzioni informatiche per l'area finanziaria delle aziende dei settori assicurativi, finanziari, parabancari e industriali. L'offerta risponde alle esigenze più complesse di gestione finanziaria, dalla tesoreria operativa alla gestione dei portafogli titoli, all'integrazione tra area finanza e area amministrativa dell'azienda. Tasc Professional, una delle soluzioni di Centro Data progettata per la gestione automatica della tesoreria anticipata e il controllo banche, consente la previsione dei flussi di cassa e il controllo puntuale dell'operatività bancaria. La soluzione, dotata di evolute funzioni automatiche di riconciliazione estratti conto, ottimizzazione portafoglio effetti e gestione bonifici, guadagna sofisticate funzionalità di pianificazione, reporting e consuntivazione dei flussi e delle operazioni finanziarie grazie all'accordo con QlikView Italy. Tasc Professional integrerà la tecnologia di QlikView al fine di rendere i processi di gestione della tesoreria più fluidi e trasparenti.

un'attività precisa. Se ogni cambiamento interno o impresso da fattori esterni si traduce in patch funzionali, il grado di flessibilità complessivo decade velocemente e la gestibilità dell'infrastruttura arriva a un punto critico di impasse. Quindi, ogni cambiamento deve essere inquadrato come un mutamento integrato e fluido che

QlikView utilizza una nuova tecnologia associativa brevettata denominata AQL (Associative Query Logic), progettata per l'analisi di grandi quantità di dati provenienti da diverse fonti e consente di sviluppare in brevissimo tempo applicazioni analitiche in modo economico ma sofisticato, alla portata di ogni utente. "La gestione finanziaria è un elemento strategico e competitivo, il cui valore non è sempre percepito a causa di vari fattori, tra questi la mancanza di Risorse Umane ed economiche da dedicare - afferma Maurizio Brasca, Direttore Generale di Centro Data -. Riteniamo pertanto sia fondamentale offrire all'impresa uno strumento in grado di far dialogare gli attuali sistemi di pianificazione con quelli per la tesoreria, tramutando il budget in rolling cash flow automaticamente. In quest'ottica, le applicazioni QlikView, che permettono a ogni tipo di utente di analizzare interattivamente qualsiasi informazione critica, in un modo altamente intuitivo e produttivo, si sono rivelate estremamente efficaci".

coinvolge non solo ciò che si rende necessario realizzare ma, senza soluzione di continuità, tutto ciò che vi sta attorno. Un esempio classico in tal senso è rappresentato da Basilea 2 e da tutto ciò che vi è correlato. La gestione del credito secondo la nuova normativa deve assumere una connotazione globale nei processi bancari, in cui i dati di

## Fatturazione Elettronica: Sanpaolo gioca d'anticipo

L'adeguamento del quadro normativo italiano in tema di gestione della fattura costituisce il driver per la realizzazione di processi integrati di fatturazione elettronica. Un'innovazione che permette di raggiungere risparmio di costi per la veicolazione dei dati, condivisione immediata delle informazioni con controparti sia nazionali sia internazionali, garanzia di sicurezza e riservatezza dei dati, ma anche e soprattutto la conservazione dei dati, riducendo drasticamente i costi di processo all'interno dell'azienda. Sanpaolo, cogliendo le opportunità abilitate dalla normativa e in linea con le esigenze espresse dalle imprese interpellate nel corso di una indagine condotta dalla banca, ha già pronta la soluzione: Sanpaolo Fattur@. Sanpaolo Fattur@ è il primo sistema integrato di gestione elettronica che, avvalendosi di Links Sanpaolo - il portale di Web banking per le imprese - permette alle aziende clienti di scambiarsi fatture in via telematica, dare alla propria clientela comunicazioni di dettaglio relative ai pagamenti e dar corso alla archiviazione documentale e alla conservazione sostitutiva.

### La fatturazione elettronica

Sanpaolo Fattur@ è un'offerta di nuovi servizi completa, innovativa e adattabile alle esigenze della clientela, con:

- Servizi di gestione documentale (per esempio l'invio di fatture elettroniche) di tipo multiformato e personalizzabili in funzione delle esigenze specifiche delle aziende
- Invio della fattura personalizzabile per destinatario: posta, e-mail, CBI, portale dedicato ai non clienti Sanpaolo
- Riconciliazione tra incassi e pagamenti inviati/ricevuti e le fatture, semplificando le attività amministrative in carico all'azienda
- Funzionalità per la gestione delle dispute/eccezioni
- Archiviazione documentale e conservazione sostitutiva.

### Alcune cifre sui costi di gestione manuale

Alcune ricerche, tra cui una condotta dall'EACT - European Association of Corporate Treasuries - hanno evidenziato che il costo sostenuto dalle imprese per la gestione cartacea è troppo alto: il costo medio per la gestione manuale varia tra 30 e 50 euro così suddivisi:

- 15/22 euro per la gestione documentale
- 2/6 euro per la gestione del pagamento
- 20/25 euro per la rendicontazione/riconciliazione

### Lo scenario normativo

Emessa nel 2001 la direttiva comunitaria per la fatturazione elettronica, Direttiva EU 115/2001, definisce un quadro normativo di riferimento per l'utilizzo della fattura elettronica presso tutti gli Stati europei e prevede importanti semplificazioni amministrative e di ordine fiscale.

Il Decreto Legislativo 20 febbraio 2004 n. 52 acquisisce la direttiva europea identificandone gli elementi caratterizzanti del contesto normativo nazionale. E infine la circolare dell'Agenzia delle Entrate 45/05 - 19 ottobre 2005 definisce le modalità di fatturazione e di assolvimento agli obblighi IVA per le fatture in formato elettronico.

L'attuale quadro normativo consente di rispondere alle esigenze delle imprese in un mercato che nell'ultimo trentennio ha assistito a:

- aumento significativo nella diffusione delle tecnologie dell'informazione;
- aumento delle imprese che utilizzano sistemi ERP (Enterprise Resource Planning);
- riduzione delle barriere di ingresso per l'utilizzo di tecnologie evolute (es. firma digitale);
- affermazione di linguaggi standard per l'interscambio delle informazioni e dei documenti (es. XML).

### Ma Sanpaolo Fattur@ offre alle aziende clienti molto di più

- Accesso a un'infrastruttura tecnologica leader di mercato le cui componenti (acquisizione multiformato, conservazione sostitutiva, firma digitale ecc.) sono date insieme al servizio senza necessità per l'azienda di aggiornamenti alla sua infrastruttura IT
- Elevato il livello di affidabilità e sicurezza dell'infrastruttura, perfettamente in linea con quanto già in uso presso il sistema bancario.

### Notevole riduzione dei costi ed efficientamento dei processi

Sanpaolo Fattur@ permette di risparmiare fino al 90% dei costi sostenuti

per la gestione cartacea della fattura. Ma in sintesi ecco i principali benefici che la fatturazione elettronica offre alle aziende:

### Benefici economici

- zero costi di carta, buste e bolli; • zero ritardi e disguidi; • zero costi per gestione archivi; • zero costi di distruzione documenti; • zero costi per data entry manuale; • riduzione dei tempi di ricevimento e lavorazione; • riduzione dei tempi delle contestazioni • elaborazione automatica delle informazioni (es. riconciliazione incasso/pagamento).

### Benefici organizzativi:

disponibilità online delle informazioni da parte di tutte le funzioni aziendali.

### Vantaggi logistici:

eliminazione degli spazi destinati agli archivi.

rischio devono essere inseriti in un circuito nuovo, anche al di fuori della mera valutazione del rischio stesso. Uno dei punti di arrivo è l'integrazione e l'interoperabilità delle informazioni, che non si traduce semplicemente nell'integrazione delle applicazioni. Queste ultime possono essere integrate con un relativamente semplice lavoro tecnologico; l'integrazione delle informazioni richiede invece una revisione organizzativa. E tutto questo consente al sistema di raggiungere la necessaria flessibilità per affrontare le nuove sfide. Un esempio che traduce in pratica questi concetti è rappresentato dal caso della Banca Popolare di Bari, descritto in un box, dove l'ottemperamento delle richieste imposte da Basilea 2 è diventato un formidabile propellente per incrementare l'efficienza e, in ultima analisi, la competitività della banca. Tipicamente, prima della messa in atto delle norme imposte da Basilea 2, una richiesta di credito espressa da un cliente, scatenava all'interno della banca serie di procedure e attività che determinavano, dopo vari passaggi, l'accettazione o il diniego alla richiesta formulata. Basilea 2 aggiunge nuovi dettami valutativi e, se questi vengono aggiunti in termini di attività a quelle precedenti, il risultato è di appesantire il sistema, allungare i tempi di risposta e, in definitiva, perdere competitività. Infatti, ciò che conta è la velocità nel dare risposte e non è più possibile pensare di consumare 30/40 giorni per arrivare a un risultato. In una situazione di questo tipo è evidente che il cliente, se trova un soggetto più veloce, cambia strada facilmente. Se l'introduzione di Basilea 2 avviene con una revisione mirata dei processi e un'ottimizzazione degli stessi, la capacità di risposta della banca, l'efficienza, può addirittura migliorare rispetto allo scenario precedente e conseguentemente raggiungere un livello di competitività superiore. Ma in definitiva è necessario che tutto l'ambito Information Technology sia interpretato come un fondamento di sistema, un corpo flessibile che sappia adattarsi alle esigenze del business. Una sfida non di poco conto.

#### **I costi della multicanalità**

L'offerta di prodotti finanziari e la loro

## **Il CBI 2: nuovi servizi a supporto delle imprese**

I recenti miglioramenti delle tecnologie di Rete e l'esplosione di Internet hanno reso possibile l'accesso a una comunicazione a basso costo, favorendo un notevole ampliamento delle applicazioni e ponendo le basi per la creazione di nuovi canali di fornitura, di prodotti e servizi telematici. Parimenti anche le imprese bancarie hanno aumentato i loro investimenti in ICT allo scopo di sviluppare servizi innovativi a supporto delle varie tipologie di clienti: privati, imprese, enti della Pubblica Amministrazione.

Tra questi hanno assunto particolare importanza per il mercato corporate i servizi offerti dalle banche avvalendosi degli standard di Corporate Banking Interbancario - CBI. Il servizio CBI, che ciascuna banca declina e personalizza nell'ambito della propria offerta commerciale, permette a ogni impresa di interfacciarsi con un'unica banca (banca proponente) per inviare disposizioni di incasso e pagamento e ricevere le relative rendicontazioni da tutte le altre banche di cui è cliente (banche passive), consentendo altresì l'ottimizzazione del proprio Cash Management nell'ambito delle attività di tesoreria. Il servizio CBI ha fatto registrare negli ultimi anni un'elevata crescita, portando circa 500.000 imprese a divenire utenti del servizio di remote banking presso le oltre 630 banche aderenti.

Grazie alle analisi svolte in questi ultimi tre anni nell'ambito dell'Associazione per il Corporate Banking Interbancario (ACBI), condivise con tutti gli stakeholder del servizio CBI (istituzioni, enti pubblici, aziende, associazioni di categoria,

software vendor, service provider, ecc.) attraverso il Forum di Consultazione, il sistema bancario italiano è ormai pronto ad affrontare la sfida che gli sviluppi del mercato offrono, attraverso una nuova offerta innovativa di servizi di Corporate Banking: il CBI 2. Già a partire da novembre 2006 le principali banche italiane saranno in grado di aggiungere nella propria offerta competitiva i nuovi servizi standardizzati CBI a elevato valore aggiunto resi possibili grazie al passaggio da quella attuale alla nuova architettura CBI, basata su standard XML, che permetterà di soddisfare le esigenze di riconciliazione, tracking/tracing, sicurezza (firma digitale), velocità, latenza zero, compatibilità e flessibilità attraverso il colloquio diretto tra i diversi soggetti appartenenti alla comunità CBI, in un'ottica end-to-end.

I nuovi servizi riguarderanno area incassi, pagamenti, gestione documentale e informativa.

Essi consentiranno una gestione integrata, con relativa riconciliazione, tra il ciclo di fatturazione (Supply Chain), quello dei pagamenti (Financial Value Chain) e, più in generale, quello finanziario.

#### **Associazione per il Corporate Banking Interbancario**

Sede Legale:

Piazza del Gesù, 49 - 00186 Roma

Uffici:

Via delle Botteghe Oscure, 46 - 00186 Roma

tel. 06/6767441-459 - fax 06/6767688

www.acbi.it

e-mail: segreteria@acbi.it

gestione attraverso una molteplicità di canali è sicuramente un trend affermato che marcherà un costante sviluppo. La possibilità di accedere ai conti bancari ed effettuare qualsiasi operazione via Internet, via telefono, attraverso i dispositivi mobili oppure mediante altre modalità ancora da

inventare è un obiettivo prioritario sia per le banche sia per i clienti. Partendo dal remote banking a salire (trading on-line), vi sono numerosi e sostanziali vantaggi che il mezzo digitale offre. Se i plus per i clienti sono essenzialmente legati alla flessibilità e gestibilità facilitata delle proprie posizioni,



## Emerson Network Power ridefinisce la Business Critical Continuity per il settore bancario

Nel Bollettino di Vigilanza n.7 del luglio 2004, la Banca d'Italia recepisce la visione "sistemica" che deve sottendere a qualsiasi progetto relativo alla tutela della continuità operativa in un'organizzazione. La continuità operativa del business viene definita come l'insieme di "tutte le iniziative volte a ridurre a un livello ritenuto accettabile i danni conseguenti a incidenti e catastrofi che colpiscono direttamente o indirettamente un'azienda". È evidente che ciò significa valutare tutti i fattori che presentano aspetti di



criticità nel garantire il funzionamento dei diversi processi aziendali: tecnologie dell'informazione e delle telecomunicazioni, infrastrutture fisiche, spazi di lavoro, qualità e continuità dell'energia elettrica, Risorse Umane e relativi ruoli e responsabilità. Questo si deve quindi tradurre nella realizzazione di un piano di continuità operativa globale che formalizzi i principi, fissi gli obiettivi e descriva le procedure per la gestione della continuità operativa dei principali processi critici dell'impresa. Questi passaggi riguardano, senza eccezione, tutte le tipologie di istituti di credito. La pervasività dei flussi informatici nell'attività operativa

rende estremamente onerosa una discontinuità nel servizio informatico. Anello fondamentale della "catena della Business Continuity" sono le infrastrutture fisiche che proteggono e creano le condizioni ambientali e di alimentazione affinché le apparecchiature informatiche possano funzionare in sicurezza. In prima istanza i gruppi di continuità (o UPS) che garantiscono la qualità e la continuità di alimentazione elettrica e i sistemi di condizionamento di precisione (Precision Cooling) che garantiscono l'asportazione del calore generato dalle apparecchiature informatiche e mantengono le condizioni di temperatura e umidità ideali per il loro funzionamento. In questi ultimi anni i Data Center delle banche hanno conosciuto drastiche evoluzioni che ne hanno ridisegnato le architetture. Alla base di

questi sviluppi, l'esponenziale crescita delle capacità elaborative dei microprocessori e la tendenza sempre più marcata di concentrazione di densità di calcolo delle apparecchiature di ultima generazione come, per esempio, i blade server in configurazione rack. È evidente che una tale rivoluzione nei Data Center, apre una serie di criticità nuove. La prima e più rilevante di queste è la necessità di dissipare efficacemente il calore addizionale generato dalla concentrazione di server ad alta densità. "I sistemi di cooling tradizionali, tipicamente delle soluzioni con mandata d'aria sotto pavimento, possono raggiungere una capacità di smaltimento di circa 3 kW

per metro quadrato, una potenza più che sufficiente per le apparecchiature IT di vecchia generazione. L'incremento di calore per metro quadrato generato dall'inserimento di nuovi apparati in un rack è però di un ordine di grandezza superiore. È evidente che le tecnologie tradizionali non siano più sufficienti", spiega **Giordano Albertazzi, Amministratore Delegato di Emerson Network Power Italia**. Si pensi, infatti, che se oggi i Data Center "tradizionali" hanno un carico termico di 1-2kW per metro quadrato, un rack composto da 6 blade server può arrivare a generare un carico termico di 24 kW in 0,7 metri quadrati. Dissipare tale calore, e farlo in modo efficiente diviene, dunque, un aspetto chiave per permettere la transizione tecnologica dell'infrastruttura IT e per assicurare una piena Business Critical Continuity alle organizzazioni del settore bancario e finanziario. Liebert X-treme è la risposta concreta che Emerson Network Power fornisce a chi deve gestire questo esponenziale incremento di calore in un Data Center.

Questa piattaforma di soluzioni e servizi è stata realizzata basandosi sul concetto di Adaptive Cooling & Power Architecture, ovvero l'uso di un'estesa gamma di soluzioni di condizionamento e alimentazione per far fronte a tutte le esigenze di raffreddamento di una moderna infrastruttura. "L'ampia gamma di servizi offerti, unitamente alla nostra esperienza e alla capillare presenza sul territorio italiano - precisa Albertazzi - ci consente di definire in maniera più accurata, insieme ai nostri clienti, la soluzione di supporto tecnico che più si adatta alle loro esigenze, al fine di garantire la continuità delle prestazioni nel tempo".

per il settore bancario questo significa sostanzialmente comprimere i costi. In altre parole, un cliente ad alta cultura informatica in banca non ci va quasi mai, e questo significa ridurre i costi di gestione. Tuttavia, questa conclusione è da soppesare con attenzione, in quanto la virtualizzazione dello sportello bancario presenta dei costi non trascurabili dal punto di vista sia dell'investimento, sia del mantenimento. Sembra paradossale ma i canali digitali sono più deboli delle relazioni personali; aggirare i controlli di sportello intessuti attraverso le procedure attuate dal personale è molto più difficile che ideare e mettere in atto truffe e raggi per via telematica. L'anello debole non è tanto l'IT, quanto i suoi utenti. Basti pensare ai fenomeni di phishing dove è proprio l'utente a consegnare i propri dati ai malintenzionati. La sicurezza e la gestione

delle frodi diventano quindi elementi critici che richiedono un approccio profondo da parte delle banche. L'esperienza in questo ambito da parte di importanti player della consulenza bancaria esprime esattamente questo concetto, come spiega Diego Rampoldi, Partner dell'area Financial Services Accenture: "nella gestione delle frodi manca ancora la cultura di un approccio coerente tra tecnologica e processi; tuttavia le nuove tendenze organizzative vengono in aiuto. Una tipica problematica di gestione delle frodi legata alla sicurezza informatica è quella dell'impersonificazione dell'utente attraverso il furto dell'identità digitale. Le tecniche di hacking si sono fatte più sofisticate, facendo leva su quello che continua a essere il punto più debole della catena: l'utente stesso. Le tecniche di social engineering come il phishing costituiscono

una delle armi più subdole a disposizione del potenziale truffatore: si tratta per esempio di mail ben costruite che fanno credere al cliente di dover svolgere una qualsiasi azione sul sito dell'istituto finanziario, che ovviamente richiede l'inserimento delle proprie credenziali. In realtà si viene dirottati su un sito fasullo, dove queste informazioni vengono catturate per poi essere utilizzate in modo fraudolento. Le istituzioni finanziarie italiane stanno rispondendo a questo tipo di minaccia sostanzialmente con l'arma della strong authentication, che prevede tipicamente l'uso di un "token" in grado di generare una password temporanea non riutilizzabile (one time password). Le contromisure possono essere in realtà molteplici, includendo per esempio soluzioni trasparenti all'utente come quelle di "behaviour anomaly detection"

## Olivetti studia la filiale del futuro

Olivetti costruisce dispositivi per il settore bancario da oltre 30 anni e vanta una posizione di leadership mondiale nel settore della stampanti per applicazioni di front office con oltre 1,5 milioni di installazioni. In Cina, Olivetti detiene l'80% del mercato. La gamma prodotti è articolata in diverse tipologie, quali lettori e scanner di disegni, sistemi di affrancatura, stampanti di sportello, stampanti specializzate e altro. La grande quota di mercato delle stampanti da sportello rappresenta uno dei capisaldi dell'azienda di Ivrea, come spiega **Anna Duce, Responsabile**



**Marketing Business di Olivetti:** "il nostro grande marketshare nelle stampanti da sportello ci consente di fare leva su questi apparati per sviluppare una serie di miglioramenti funzionali: prestazioni ottimizzate, funzionalità evolute di scansione. Inoltre, vogliamo aggiungere a questi dispositivi altri apparati di sportello dedicati al trattamento dell'immagine come i lettori di disegni". Per quanto riguarda questi dispositivi, l'offerta Olivetti è incentrata sulla famiglia "Immagine" articolata in tre differenti modelli (Simple, Extended e Advanced Graphic Printing). Il modello di ingresso prevede la lettura a singolo documento; il modello intermedio Extended è disponibile in tre varianti con differenti velocità di scansione e dimensioni del feeder; il modello di punta AGP offre la stampa ink-jet di due o quattro linee di validazione. La strategia di Olivetti per il settore bancario nel medio termine è quella di unire alla fornitura di apparati l'offerta di servizi quali l'installazione e la manutenzione degli apparati ma, soprattutto, servizi applicativi che

possano supportare la gestione documentale. Un altro ambito molto importante per Olivetti



riguarda tutto ciò che concerne i sistemi self service della banca. "Uno dei trend che le banche stanno evidenziando è quello della riorganizzazione dei processi con una ricaduta anche sull'interazione con la clientela. Olivetti punta a diventare un partner di riferimento delle banche per costruire la filiale del futuro. Anche se lo sportello bancario continuerà a esistere nella forma attuale, si attueranno importanti evoluzioni per arrivare a offrire ai clienti procedure self-service. Per questo - conclude Duce - abbiamo introdotto sul mercato delle stazioni multimediali, che chiamiamo service point, con le quali è possibile effettuare operazioni di sportello come quelle realizzabili via Internet e in aggiunta si ha la possibilità di stampare e ottenere funzionalità superiori".

(identificazione delle anomalie comportamentali) o di "mutual authentication" (mutua autenticazione).

La "behaviour anomaly detection" comporta la verifica di una serie di caratteristiche (pattern) tipicamente legate all'utente (comportamenti correlati all'operatività o device fingerprinting). Viene definito un tasso di anomalia tollerabile, superato il quale si preferisce attivare un meccanismo di autenticazione fuori linea, il cosiddetto OBA: Out of Bound Authentication), per esempio inviando all'utente al momento opportuno una password via SMS direttamente sul suo cellulare.

La "mutual authentication" può invece essere realizzata prevedendo la scelta di un'immagine da parte del cliente durante la fase di registrazione, immagine che viene poi presentata dal sito al momento dell'accesso. Pertanto, se il cliente non ritrova questa immagine, capisce immediatamente di essersi collegato a un sito fasullo. Ma la gestione delle frodi presenta anche altri fronti sui quali l'IT può intervenire con successo. Un esempio è quello dei sistemi di Fraud Detection (Rilevamento Frodi), che applicano a questo tema i principi e i prodotti di Business Intelligence". Davanti a questo scenario occorrono parametri mirati per misurare il valore della sicurezza e soprattutto un'evoluzione organizzativa. Prosegue Rampoldi: "l'approccio organizzativo alla sicurezza è in forte evoluzione e il trend è di spostare questa

## SIA e SSB si fondono

Al fine di dar vita a un Gruppo leader in Italia e in Europa, SIA (Società Interbancaria per l'Automazione) e SSB (Società per i Servizi Bancari) hanno annunciato la fusione. Il nuovo soggetto si posiziona ai primi posti per il processing delle carte di credito e di debito, dei sistemi di pagamento e delle soluzioni per i capital market. Molteplici e importanti gli obiettivi che l'operazione si prefigge di raggiungere grazie al nuovo Gruppo, quali la possibilità di completare la gamma di offerta di prodotti e servizi per il processing delle carte; lo sviluppo di un'offerta nei pagamenti europei e nel clearing, nei sistemi di accesso, nelle soluzioni di Corporate Banking

interbancario, negli applicativi per le banche e nei servizi di rete; la possibilità di assicurare servizi alle società di mercato e focalizzare l'offerta sulle soluzioni per gli intermediari finanziari nell'ambito della sorveglianza, back office titoli, informativa mercati e connettività. Il tutto accompagnato da maggiori possibilità di crescita e più efficaci economie di scala. Il nuovo Gruppo eredita l'esperienza di SSB e SIA e potrà rispondere più efficacemente alle sfide future come, per esempio, la trasformazione dettata dalle normative europee tra le quali la SEPA (Single Euro Payment Area) al fine di posizionarsi come primario provider tecnologico di piattaforme di clearing dei pagamenti.

responsabilità al di fuori dell'area IT, sulla base del principio della segregation of duty (suddivisione delle responsabilità). Così si vengono a creare professionalità appositamente dedicate quali il CISO (Chief Information Security Officer), figura che risponde al CSO (Chief Security Officer) che accentra su di sé le responsabilità di sicurezza informatica (logica), sicurezza fisica e Business Continuity. A sua volta questa figura può riportare al CEO (Chief Executive Officer)

o al CRO (Chief Risk Officer), che detiene la responsabilità di gestione dei rischi aziendali. La tendenza a una gestione integrata tra sicurezza informatica (logica) e fisica si riscontra ormai anche nei device, ove lo stesso dispositivo è utilizzato per accedere a un locale fisico o a una transazione informatica (come la multi-technology smart card)". Allo stesso tempo si rendono necessari nuovi parametri che possano misurare la sicurezza e che rendano tangibile l'operato delle politiche messe in atto dall'organizzazione precedentemente descritta. Tuttavia emergono criticità nel definire i budget relativamente a questo ambito applicativo, come spiega ancora Rampoldi: "la difficoltà che i CISO (o i CSO) incontrano nell'ottenere la giusta attenzione e il corretto livello di budget è da imputare alla difficoltà di misurare quantitativamente i benefici della sicurezza, benefici che tipicamente sono associabili a mancati costi. Si tratta dei costi causati dagli impatti di un disastro o di un attacco informatico in assenza di contromisure, ma anche di grandi o piccole e numerose frodi. La percezione del valore della sicurezza da parte del business può essere quindi facilitata attraverso la sua misurazione. Il corretto approccio è giustificare le richieste di budget o gli



## Ricerca e innovazione: la vocazione di IBM

Il Laboratorio Tivoli di Roma è la più grande struttura italiana di IBM dedicata allo sviluppo di software avanzati per la gestione dei sistemi informativi. Si tratta di un centro di eccellenza composto di oltre 500 professionisti di vario tipo. Il software Tivoli è progettato per automatizzare le attività di System Management con particolare attenzione agli ambienti on-demand. Rispetto al mondo bancario, il Laboratorio Tivoli di Roma ha come missione principale lo sviluppo di tecnologie dedicate alle aree di Configuration Management, monitoraggio dei sistemi, Workload Management e Service Management. Recentemente il Laboratorio Tivoli ha



annunciato Dynamic Workload Broker, un software particolarmente avanzato e mirato per il settore bancario, come ha dichiarato **Giovanni Lanfranchi, Direttore del Laboratorio Tivoli**: "Tivoli Dynamic Workload broker 1.1, annunciato a fine settembre, rientra nella categoria del Workload Management, l'ottimizzazione dei carichi di lavoro delle varie attività all'interno dei processi bancari. Si tratta di un software estremamente importante in quanto la gestione del carico di lavoro è centrale per il funzionamento della banca. Per noi si tratta di una grande innovazione che traduce dinamicamente ciò che precedentemente era gestito

staticamente. In sintesi, il nostro software permette di considerare tutto il sistema informativo bancario in forma virtualizzata e di sfruttarne le capacità e la potenza di calcolo in una logica di grid computing". La tecnologia di IBM traduce in pratica i concetti di Dinamic IT, un paradigma che interpreta l'infrastruttura e i sistemi non come un insieme di macchine deputate a varie applicazioni, ma come un unicum in grado di rispondere sempre al meglio a qualsiasi processo o compito sia necessario eseguire. Un esempio può far comprendere la portata dell'innovazione

di IBM, continua Lanfranchi: "consideriamo una tipica attività della banca, per esempio, l'aggiornamento di tutti i conti correnti. È un processo che coinvolge diverse risorse e scatena altri processi correlati. Tradizionalmente, per ogni compito è assegnata una risorsa, un server, un software o altro che è evocato in funzione della pianificazione. Tuttavia se una di queste risorse per un qualsiasi motivo non fosse disponibile, il processo o una parte di esso si blocca. Con Tivoli Dynamic Workload broker 1.1 tutto questo è scongiurato. L'innovazione introdotta è nel far evolvere l'associazione di workload statico in qualcosa di dinamico. Esaminando in modo intelligente i processi da svolgere, il nostro software alloca le varie mansioni a pezzi d'infrastruttura e sistema più adatti a renderne lo svolgimento efficiente. In questo modo si ottengono diversi e sostanziali miglioramenti nelle performance. In prima istanza si



utilizzano in modo ottimizzato tutte le risorse hardware e software di cui la banca dispone. Poi si raggiunge un grado di affidabilità elevatissimo in quanto è possibile escludere in modo automatico e trasparente ciò che non funziona o è sovraccarico a favore delle migliori risorse disponibili in quel momento". Ma non solo. La flessibilità è oggi una richiesta di sistema imprescindibile e sempre più spesso le infrastrutture informatiche e i sistemi subiscono variazioni di composizione, di applicazione e di allocazione. Anche in questo ambito, il software IBM si pone come una soluzione particolarmente mirata, conclude Lanfranchi: "uno dei grandissimi vantaggi è che in funzione del cambiamento dell'infrastruttura, Tivoli Dynamic Workload broker 1.1 automaticamente e autonomamente ne gestisce le risorse. Attraverso sofisticate funzioni di automatic discovery, inserendo un nuovo server, automaticamente se ne ottiene la mappatura con conseguente utilizzo ottimizzato. A tutto questo si aggiunge un'importante funzione quale l'automatic provisioning che consente di predisporre un server selezionandolo da un pool di macchine disponibili, di configurarlo, installarlo nelle applicazioni necessarie e metterlo in produzione per svolgere operazioni e processi necessari". Un sistema in grado di reagire agli eventi e svolgere sempre i processi programmati.

investimenti utilizzando un processo formale di analisi e gestione del rischio (Risk Management) supportato con business case capaci di valutare gli impatti economici e finanziari o le economie di scala e le sinergie derivanti dall'adozione o dalla realizzazione di valide soluzioni di sicurezza. La conformità (compliance) è il driver di valutazione più semplice per la sicurezza, ma non è l'unico e neppure quello più completo. Non dimentichiamo che la sicurezza è la capacità di gestire i rischi di business e che gli impatti di situazioni di rischio mal gestito possono essere molto significativi anche in termini di immagine e di attrattività nei confronti della clientela".

Il punto di arrivo è considerare la sicurezza informativa come funzione architetturale, conclude Rampoldi "a conclusione di questo discorso è opportuno ribadire l'importanza di affrontare la sicurezza informatica come una funzione architetturale, trasversale all'interno del sistema IT dell'azienda, in analogia a un sistema di supporto di un organismo complesso (un parallelismo con il sistema immunitario) e non come una scelta soggettiva dei singoli ambiti di progetto. Si possono citare due possibili indicazioni in questa direzione.

La prima riguarda la presenza di una serie di funzioni di gestione della sicurezza ben enucleate all'interno dei principali framework architetturali, come quello J2EE (Java) e quello .NET di Microsoft. La seconda è riferibile alla tendenza a spogliare il PC client di qualsiasi funzione applicativa, trasformandolo sostanzialmente in un mezzo di accesso (thin client) a funzionalità comunque centralizzate. Questa scelta, già applicata presso alcune istituzioni finanziarie a livello europeo, consente non solo una generale riduzione del TCO (Total Cost of Ownership) delle workstation distribuite, ma anche un approccio infrastrutturale alla loro sicurezza (non contenendo applicativi diventano molto difficilmente attaccabili)".

L'IT quindi, è un elemento necessario, che se correttamente inquadrato diventa sufficiente.

## L'outsourcing di Cedacri è anche consulenziale

"Negli ultimi anni le istituzioni bancarie hanno vissuto una trasformazione veloce e significativa, che le ha portate a effettuare investimenti anche importanti in tecnologia - commenta **Varisto Preti, Vice Direttore Generale di Cedacri** -. Se da un lato è stata la forte spinta competitiva a richiedere una sempre maggiore automazione dei sistemi bancari, dall'altro lato molto hanno influito le richieste di Bankitalia a rendere indispensabile l'implementazione di strumenti tecnologici più idonei per affrontare i cambiamenti in atto. Di fatto, la combinazione di questi fattori ha reso sempre più cruciale il ruolo della tecnologia nella banca-azienda e, di conseguenza, anche la selezione del fornitore più adeguato è diventata una scelta di importanza strategica, in grado di creare valore aggiunto". Quello che gli istituti di credito cercano oggi, quindi, è un partner tecnologico che li sappia supportare nella realizzazione di progetti rispondenti a necessità ben definite, studiati e personalizzati sulla base di specifiche esigenze e perfettamente allineati alle nuove normative europee.

Consapevole di questa necessità, Cedacri, società leader in Italia nei servizi di outsourcing informatico per il mondo bancario, ha instaurato con i clienti un vero e proprio rapporto di partnership. Questo con l'obiettivo di garantire la disponibilità non solo di eccellenti soluzioni sempre tecnologicamente all'avanguardia, ma anche di uno staff di tecnici ed esperti altamente specializzati, in grado di svolgere un ruolo consulenziale di alto livello a supporto della riorganizzazione dei processi interni di banche e istituti finanziari clienti. Un esempio dell'impegno di Cedacri in questo senso è il supporto fornito alle banche nel delicato processo di



adeguamento ai dettami imposti da Basilea 2. "Il Sistema Informativo di Cedacri - prosegue Preti -, utilizzato da oltre 65 istituti di credito e costantemente allineato alle normative di Bankitalia, offre uno strumento per l'analisi del rischio di credito pienamente integrato nell'organizzazione aziendale e adattato alle necessità delle diverse tipologie di cliente". La soluzione per Basilea 2 progettata dall'azienda emiliana è basata su tre principi cardine: revisione dei sistemi informativi, implementazione di modelli di valutazione e riorganizzazione strutturale. Grazie a Cedacri le istituzioni bancarie sono così in grado di effettuare valutazioni qualitative e quantitative del merito creditizio di qualsiasi tipo di impresa con un'assoluta garanzia di affidabilità e precisione delle stime dei parametri di rischio, concentrandosi su tre aspetti fondamentali: le metodologie utilizzate per le stime dei parametri utili di calcolo dei requisiti patrimoniali; le caratteristiche e la struttura degli archivi e delle basi dati destinate ad alimentare i modelli e le diverse procedure di gestione dei rischi; gli assetti organizzativi e le procedure che presidono alla gestione dei rischi.

## Così il Web cambia le banche dall'interno: verso uno spazio di lavoro e comunicazione integrato



Stefano Mainetti Mariano Corso

School of Management  
Politecnico di Milano  
[www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)

Creare spazi di lavoro integrati, dove le persone possano trovare quanto serve per lavorare, conoscere, informarsi e interagire. Questa in sintesi la sfida che emerge dalla ricerca 2006 dell'Osservatorio Intranet Banche promosso dalla School of Management del Politecnico di Milano e da ABI Lab, Centro di Ricerca e Sviluppo delle Tecnologie per la Banca. Benché il raggiungimento di questo obiettivo appaia in generale ancora lontano, sono ormai molti i segnali che confermano un trend convincente in questa direzione. Dal punto di vista tecnologico si assiste infatti a una progressiva integrazione in logica

Web di strumenti e applicazioni, con una copertura crescente dei processi non solo direzionali e di supporto, ma anche legati ai processi core commerciali e di operations. Questi ultimi, in particolare, sono supportati in modo sempre più completo da applicazioni di sportello Web, sistemi che costituiscono per molte banche la vera sfida tecnologica di questi anni. Sulla base di un campione di 16 Banche italiane, rappresentativo di quasi il 70% del sistema bancario del nostro Paese, la ricerca 2006 ha evidenziato una presenza rilevante di applicazioni di sportello Web già attive (9 casi) e una tendenza a implementarli nel breve periodo (4 casi in fase di progettazione). Benché già diffusi e oggetto di attenzione manageriale e notevoli investimenti, gli sportelli Web vengono ancora progettati e implementati in molti casi in una mera logica di sostituzione tecnologica, soppiantando, o peggio incorporando, le tecnologie legacy, senza però di fatto metterne in discussione le logiche fondamentali a livello di funzionalità, processi e utilizzo. Si rinuncia così alle molteplici occasioni di arricchimento e ripensamento di processi e flussi di comunicazione che l'introduzione della tecnologia Web nei processi della banca potrebbe consentire.

### Virtualizzazione e convergenza su Web

L'altro trend rilevante nella direzione di uno spazio di lavoro integrato è l'implementazione sulle Intranet di strumenti di collaborazione, in un'ottica di progressiva virtualizzazione e convergenza su Web del sistema di comunicazione e relazione. Seguendo un percorso incrementale che parte spesso dal-

l'introduzione di semplici strumenti asincroni, per poi introdurre strumenti sempre più sofisticati di natura anche sincrona, le banche stanno incorporando nelle proprie Intranet sempre maggiori strumenti di comunicazione e collaborazione. Spesso, tuttavia, queste iniziative avvengono in maniera sperimentale ed estemporanea, al di fuori di un piano consapevole e organico, con risultati, in termini sia di utilizzo sia di vantaggi percepiti, non sempre soddisfacenti. L'impatto più significativo si ha invece laddove gli strumenti sono consapevolmente rivolti a creare comunità di professionisti dislocati sul territorio, che trovano in questi strumenti la possibilità di riconnettersi al proprio network, ricreando identità e possibilità di scambio e relazione che turnover e dispersione geografica rischiano di negare. Un passo avanti verso il raggiungimento di uno spazio davvero efficace di lavoro e relazione verrà fatto quando le banche procederanno a un'integrazione vera e profonda degli ambienti di collaborazione e comunicazione con quelli operativi e commerciali. Le barriere sostanziali in questo processo di integrazione non sembrano essere tecnologiche, quanto piuttosto di natura politica e organizzativa: il governo dello sviluppo e la gestione delle Intranet e degli sportelli Web, in particolare, sono spesso affidati a unità e responsabili diversi, che faticano a mettere insieme logiche di gestione e sviluppo tradizionalmente differenti.

## Aste al mercato ittico di Pescara

Il Comune di Pescara, titolare del relativo mercato ittico, ha deciso di apportare un cambiamento radicale al sistema di vendita del pesce per migliorare l'economia locale. Nel mercato del pesce di Pescara vengono contrattate circa 2.500 tonnellate di prodotti ittici all'anno. In passato il sistema d'asta tradizionale era tarato solo per gli operatori del mercato locale ed escludeva di fatto la possibilità di acquistare e prenotare a distanza o di consultare le statistiche

del borsino. Per dare vita al processo di rinnovamento è stato scelto un sistema server Fujitsu Siemens Computers che consente di attuare le transazioni di asta ittica all'ingrosso, direttamente in via telematica. Infoteam, partner tecnologico di Fujitsu Siemens Computers, ha invece sviluppato il portale [www.e-fish.pescara.it](http://www.e-fish.pescara.it), dove si trova la parte riservata agli utenti per l'acquisto online. Attraverso un pratico telecomando, i

compratori possono lanciare l'offerta, bloccando così il prezzo d'asta che viene indicato su un display elettronico al centro della sala. A oggi, l'asta telematica conta circa 150 acquirenti, distribuiti tra il mercato di Pescara e quello di Giulianova, l'altro ente che ha aderito all'iniziativa. Notevoli i vantaggi ottenuti dall'adozione della soluzione integrata Fujitsu Siemens Computers: eliminazione di barriere fisiche e geografiche per le operazioni d'asta ittica,

### Il PC come strumento di formazione e informazione continua

Organizzazioni con reti di agenti o di vendita importanti, diffuse su un territorio molto vasto: difficile, qualche volta, portare in aula le persone per un corso di formazione; difficile, altre volte, allontanarle dalla loro postazione. Sono casi sempre più frequenti nelle aziende che hanno reti ed esigenze di istruzione complesse, come è il caso di molte realtà del settore finanziario.

AchieveGlobal, società internazionale di consulenza e formazione manageriale, collabora in Italia con alcune delle più importanti realtà del settore bancario e assicurativo e ha introdotto, nella progettazione dei propri percorsi formativi, delle soluzioni che vedono il PC quale protagonista della formazione e comunicazio-

ne aziendale. Ormai sono presenti nelle aziende PC multimediali che, oltre a soddisfare le esigenze transazionali, e gestire applicazioni Web based, consentono di fruire di contenuti live (Company Web TV o Financial Web TV) e di ricevere file multimediali da fruire "on demand" che possono avere, al proprio interno, anche contenuti formativi sia tecnici sia comportamentali anche integrati tra loro. Questa modalità formativa, quando collegata con la tradizionale formazione d'aula, contribuisce a implementare il modello dell'informazione e formazione continua, una scelta strategica per lo sviluppo delle Risorse Umane sempre più richiesta dalle aziende. Indipendentemente dal settore di appartenenza.

“ Per dare vita al processo di rinnovamento è stato scelto un sistema server che consente di attuare le transazioni di asta all'ingrosso, direttamente in via telematica ”

maggior razionalizzazione delle risorse, completa tracciabilità e totale visibilità del prodotto. Oggi viene garantita una maggiore trasparenza nei processi di vendita ed è possibile evitare i "cartelli" che di solito si formano nei mercati a carattere locale. L'integrazione dei server di dominio RX 300 e RX 200 con i server di passaggio TX 200 S uniti alla consolle SCENIC P320, ha permesso la riduzione dei costi e garantisce una maggiore affidabilità dell'hardware, assicurando così massima stabilità ed elevate prestazioni.

## Publicità interattiva: il cliente è protagonista



Internet sta provocando una rivoluzione che ha dimensioni ancora tutte da scoprire. La pubblicità, ovviamente, è colpita direttamente dal Web, e colpisce a sua volta il marketing e la comunicazione. L'obiettivo di IAB Italia è quello di contribuire alla crescita del mercato dell'advertising su Internet nel nostro Paese, promuovendo una maggiore e più profonda conoscenza delle opportunità e dei meccanismi del nuovo media. Non è solo una missione, è un vero e proprio manifesto di intenti. "Sensibilizzare sull'argomento dell'advertising online non è un'operazione semplicissima - ha spiegato **Layla Pavone, Managing Director Isobar Communications, Presidente IAB Italia e IAB Europa, membro del Consiglio di Amministrazione Audiweb** -. L'attività di divulgazione e formazione è estremamente importante per noi, ma ci rendiamo conto che ormai il concetto di pubblicità interattiva è passato, mentre l'investimento su quelli che vengono definiti i nuovi media è tutto

da scoprire". Infatti, se confrontiamo gli investimenti su Internet effettuati in altri Paesi europei, ci rendiamo conto che siamo ancora alla fase iniziale del mercato. "Quando un'azienda pianifica la comunicazione in Inghilterra, per esempio - ha proseguito Pavone -, si tiene immediatamente conto di Internet e delle varie attività, mentre in Italia tutto questo diventa accessorio. Sono davvero poche le aziende che pensano a un piano di comunicazione integrato; molto spesso si creano invece campagne diverse, che magari condividono la creatività, ma senza continuità del messaggio". Eppure Internet mette a disposizione diversi strumenti che consentono

di misurare l'efficacia dei messaggi, praticamente in tempo reale: soluzioni che non sono assolutamente paragonabili con altri media. "Quello che è evidente a chi lavora con la pubblicità Web è la possibilità di avere sempre e in ogni momento il polso della situazione, riuscire a capire qual è il tipo di risposta dei clienti-consumatori - ha proseguito Pavone -, quindi è possibile eventualmente anche correggere la comunicazione in corso d'opera. Le potenzialità del Web sono enormi, l'investimento è assolutamente praticabile e i ritorni sono cer-

tificati. Pensiamo ad argomenti come l'e-mail marketing o il search, dei quali si è parlato nello IAB Forum appena concluso, che sono estremamente interessanti dal punto di vista marketing per una vasta serie di aziende. Inoltre, il Web è uno strumento straordinario per riuscire a definire obiettivi di branding e di prodotto, spesso fondendo i due concetti, visto che alla campagna pubblicitaria si possono legare altri aspetti, come giochi, mini siti e comunque forme di informazione e intrattenimento ai clienti". Insomma, il Web è a tutti gli effetti un canale, che ha la prerogativa di essere in continua evoluzione. "Oggi parlare di Web, siti, blog è qualcosa di assolutamente naturale - ha concluso Pavone -, ma oggi le frontiere passano anche e soprattutto per i motori di ricerca e per i video, nei quali c'è molto da scoprire ma che possono offrire eccellenti opportunità, non solo per chi opera nei beni di largo consumo". Per un'organizzazione come IAB, è veramente ardua l'impresa di fare formazione permanente su questi temi in Italia. Altri Paesi europei si stanno dimostrando molto più ricettivi. Ma è solo questione di tempo. Incontrare i consumatori, ormai, è un'esigenza: cellulari, Web, giornali, freepress... Seguire il proprio target è fondamentale per chi fa comunicazione, e il Web oggi è importante. Il cambiamento riguarda la catena del valore e i processi collegati. Una rivoluzione silenziosa.

### Chi è IAB

Fondata nel giugno 1998, IAB Italia, che fa parte del network IAB Europe, raggruppa i più importanti operatori della pubblicità online ed è il charter italiano dell'Interactive Advertising Bureau, la più importante associazione nel campo della pubblicità su Internet a livello mondiale. IAB è il punto di riferimento del settore per quanto riguarda lo sviluppo e la divulgazione di dati e informazioni, la misurazione e la metrica, la definizione e l'applicazione degli standard.



# Tecnologia e fitness accoppiata vincente



mato 16:9 è garantita da un tempo di risposta di soli 16 millisecondi e la modalità DV Mode (Dynamic Visual Mode) di nuova concezione permette di ottimizzare la rappresentazione dei colori in modo dinamico, in funzione del contenuto dell'immagine. Altro fattore chiave nella scelta dei prodotti NEC Display Solutions è stato il consumo energetico. Considerato l'utilizzo costante superiore alle otto ore al giorno, la scelta della tecnologia LCD è risultata ottimale, in quanto richiede meno del 50% dell'energia necessaria rispetto a un monitor CRT, mentre il risparmio energetico e la durata sono superiori anche ai display con tecnologia al plasma.

L'iter del progetto ha richiesto tempi di implementazione veramente minimi: in due mesi dal contatto iniziale i Public Display erano già a disposizione del pubblico. "Questo conferma la grande facilità di montaggio e di utilizzo dei nostri monitor - ha specificato Gianluca Codina, Country Manager di NEC Display Solutions Italia -. L'utilizzo dei Public Display è in forte crescita e sono in aumento le aziende consapevoli delle potenzialità di questi dispositivi per comunicare e coinvolgere il grande pubblico".



Anche l'occhio vuole la sua parte, e il mantenimento della forma fisica passa anche attraverso l'utilizzo del video. Monticello spa & fit è il nuovo centro benessere, aperto da pochi mesi a Monticello Brianza in provincia di Lecco, la cui filosofia è orientata a offrire il miglior servizio per il relax e la forma fisica dei propri clienti. Il progetto è stato realizzato dalla società BluBay con il patrocinio del Comune di Monticello Brianza, che ha reso possibile la creazione dell'intera struttura. Ogni dettaglio è curato con la massima attenzione e concepito per offrire ai clienti uno standard di altissimo livello e per garantire a ogni socio un'esperienza ogni volta unica. "In quest'ottica abbiamo deciso di utilizzare la tecnologia più avanzata, per offrire valore aggiunto ai percorsi che gli utenti possono effettuare all'interno della struttura, attrezzata con 15 Public Display LCD da 40 pollici di NEC Display Solutions" ha affermato Valentino Tomasoni, Presidente di BluBay.

Dieci di questi schermi sono stati posizionati nell'area fitness per permettere agli ospiti che si allenano di intrattenersi guardando i programmi televisivi, mentre nella zona benessere è stato realizzato uno spazio chiamato "stanza dei sogni", un ambiente dove morbidi e comodi materassi ad acqua distendono il corpo e favoriscono la circolazione e in cui i clienti possono rilassarsi godendo di paesaggi naturali incontaminati proiettati su cinque display da 40 pollici. "Considerati gli standard di utilizzo, era assolutamente necessario poter usufruire di monitor professionali di altissimo livello - ha precisato Tomasoni -. Eravamo in cerca di una soluzione di ottima qualità e di grande impatto visivo, ma con un giusto prezzo, e NEC Display Solutions ci è sembrato da subito un partner ideale". I public display LCD4010 garantiscono immagini brillanti con un contrasto eccezionale anche in presenza di condizioni luminose molto critiche. L'ottima riproduzione di applicazioni audio/video in for-

## Praticità ed efficienza con il chiosco per le spedizioni self-service

NCR e Pitney Bowes hanno annunciato il lancio di un nuovo chiosco interattivo in grado di pesare, affrancare e stampare etichette per la spedizione, il tutto naturalmente in modalità self-service. Questa soluzione si indirizza a servizi postali, negozianti, corrieri e spedizionieri e ad altre realtà aziendali. "I due leader di mercato hanno attinto alle proprie rispettive risorse, condividendo oltre 200 anni di esperienza per portare il self-service a un nuovo livello - ha dichiarato Ian Siveyer, Vice Presidente, Postal Solutions di Pitney Bowes -. Questa soluzione si rivelerà particolarmente utile per le poste mondiali. Oltre ai chiari vantaggi per i consumatori, è in grado di offrire un eccezionale valore aggiunto ai servizi postali e alle aziende". Pitney Bowes offre la suite di software mailstream più completa al mondo, hardware e soluzioni che consentono alle aziende di gestire i flussi di posta, documenti e pacchi per migliorare la comunicazione. Combinando esperienza e innovazione, NCR è leader globale nel comparto delle soluzioni selfservice, degli ATM, del self-check-out, dei chioschi interattivi e in quello dei servizi di self-check-in di alberghi e di aeroporti.



"Le spedizioni self-service offrono agli esercenti e ai servizi postali un canale a basso costo per acquisire nuovi clienti e creare nuove opportunità di guadagno - ha affermato Mike Webster, Vice President and General Manager, NCR Self-Service -. In questo mondo dove sempre più spesso l'utente fa da sé, i consumatori apprezzano e scelgono il self-service per operazioni di routine, senza dover

affrontare la scomodità di lunghe code".

La soluzione di NCR e Pitney Bowes è stata progettata per garantire una più ampia facilità d'uso e supporta diverse lingue, valute e tariffe postali a livello mondiale. Offrendo ai consumatori maggiore comodità e un più ampio accesso ai servizi postali e di spedizione, il chiosco garantisce anche alle aziende postali la possibilità di prevedere il Total Cost of Ownership, aiutandole a rispettare gli impegni presi nei confronti di un servizio fondamentale. Grazie a questa soluzione i consumatori possono effettuare velocemente tutte le operazioni di spedizione, come la pesatura di pacchi o buste, possono selezionare la classe di servizio desiderato e stampare i francobolli o le etichette per la spedizione. Inoltre, tramite la funzionalità di stampa "on demand" di valori bollati in vari tagli, questo tipo di chiosco elimina i costi di stampa, distribuzione, contabilità e distruzione dei valori bollati inutilizzati. La tecnologia garantisce inoltre che l'affrancatura sia sicura e rintracciabile, assicurando gli introiti alle poste.

### Pitney Bowes

Gli 86 anni di leadership tecnologica di Pitney Bowes hanno prodotto diverse importanti innovazioni nel mailstream, contribuendo alla costante presenza dell'azienda nella top list dei detentori di brevetti dell'Intellectual Property Owners Association.

### NCR Corporation

NCR Corporation è tra le principali aziende nello sviluppo di soluzioni realizzate per aiutare le imprese a costruire relazioni più solide con i propri clienti. Il data warehouse Teradata, gli sportelli ATM, i sistemi retail e i servizi IT realizzati da NCR sono alla base di soluzioni di Relationship Technology.

# Telecomunicazioni: quando diventano un fattore competitivo

Verizon è oggi il player nel settore Telco con i più alti utili ed è presente in ogni parte del mondo. Si rivolge al mercato delle aziende medie e grandi con una fortissima vocazione internazionale. "Non facciamo concorrenza alle Telco nazionali - ha commentato **Massimo Peselli, Country Manager per l'Italia di Verizon Business** -, perché non ne avremmo le possibilità. Abbiamo una rete proprietaria, presente in 65 Paesi e siamo in grado di fornire servizi di comunicazione seamless e sistemi informativi all'avanguardia". Il punto focale, per aziende di questo tipo, è riuscire a offrire ai clienti una serie di strumenti efficaci e affidabili che possano sostenere la crescita delle aziende stesse. "Ma è sul controllo dei costi che Verizon riesce ad avere una marcia in più - ha proseguito Peselli -, perché l'affidabilità dei sistemi è per tante multinazionali un fattore critico di business. Per questo motivo operiamo con successo in segmenti quali Finance o Luxury and Fashion, perché i nostri sistemi in outsourcing permettono di avere costi trasparenti e soprattutto una misura delle performance, attraverso il Web. Proprio la Rete è per noi uno strumento di contatto con i clienti: l'assistenza è via Web, la gestione è via Web e anche il controllo dei costi avviene via Web". Il mercato italiano è poco abituato a vedere che cosa accade sulla rete aziendale, ma, proprio nell'interesse delle imprese, inizia a crescere la domanda di servizi più interattivi. "Il passaggio al digitale di molti processi rende le reti e le comunicazioni sempre più importanti - ha proseguito Peselli - e la nostra offerta va in questa direzione. Usare strumenti semplici per controllare le varie attività sulla rete, piuttosto che il billing in tempo reale, sono esigenze sentite per chi ha

delle attività internazionali e vuole rimanere in contatto con tutti. L'industria italiana ha sempre avuto alcune difficoltà con le multinazionali, soprattutto se la paragoniamo ai Paesi vicini come la Svizzera, ma sta crescendo l'interesse verso i nostri servizi, soprattutto per le imprese di fascia media, che iniziano a essere riconosciute come success story importanti anche all'estero. Noi siamo in grado di fornire i servizi, ma anche di supportare le aziende aiutandole a comprendere i meccanismi comunicativi, i consumi e gli usi, con un'analisi approfondita". Inoltre, Verizon pone moltissima

attenzione alla flessibilità, fattore importante per le aziende che stanno riscuotendo successo. "I nostri clienti sono rappresentati da aziende che operano in mercati fortemente competitivi, in cui la qualità deve essere coniugata con la flessibilità dell'uso dei servizi - ha concluso Peselli -. Gli strumenti tecnologici devono essere avanzati ma affidabili, e l'uso deve poter essere deciso dal cliente. Questa è una caratteristica importante soprattutto per chi opera nei Paesi con i maggiori tassi di sviluppo, come India o Cina, dove affidabilità e qualità dei servizi sono un fattore chiave".



## Kartogroup con Easynet gioca la carta dell'innovazione tecnologica



Kartogroup SpA, leader nella produzione di articoli in carta per uso igienico e domestico e proprietaria dei marchi Perla e Scala, nell'ultimo decennio ha vissuto un'importante crescita che ne ha ampliato la dimensione a livello internazionale, con stabilimenti e sedi operative in Italia, Francia, Spagna, Benelux, Ungheria e Germania. Dalla sede di Carraia - Capannori, nel cuore del distretto cartario di Lucca, vengono alimentati e controllati tutti i principali sistemi e applicazioni gestionali che

risiedono su una robusta architettura centralizzata. Tutte le sedi Kartogroup sono collegate alla rete Easynet tramite banda larga (xDSL) o linee dedicate e hanno configurazioni di backup per le linee e per gli apparati di routing: ciò consente di operare con la massima affidabilità e le migliori

performance disponibili. Una rete a due livelli che, con un investimento competitivo, supporta il traffico vocodati e opera con il 99,9% di garanzia di disponibilità di sistemi e applicazioni, nel rispetto delle direttive di Basilea 2. Per gli utenti mobili è stato previsto il collegamento alla rete VPN IP/MPLS Kartogroup, con accesso dial-up internazionale e un servizio ADSL per il personale che opera direttamente sul mercato. "Avevamo l'obiettivo di introdurre una VPN a livello europeo, e allo

stesso tempo l'esigenza di ottimizzare i costi e aumentare l'affidabilità e la qualità dei servizi di rete - spiega Giulio Marsili, Direttore Sistemi informativi del Gruppo - e, al termine di uno studio per la ricerca della migliore soluzione e del partner in grado di installarla, abbiamo scelto la soluzione MPLUS proposta da Easynet, basata sulla tecnologia IP/MPLS". Tutta la rete è gestita da Easynet, che fornisce supporto centralizzato 24x7 e strumenti di monitoraggio e reportistica che offrono a Kartogroup un controllo accurato sul funzionamento di tutte le singole sedi.



## Cablatura per CAAM SGR

CAAM SGR è una società di gestione del risparmio che promuove e gestisce soluzioni di investimento collettivo, di diritto sia italiano sia estero, con accesso a tutti i mercati mondiali. In occasione della dismissione di una delle due sedi della società e del conseguente trasferimento in un unico stabile dalle dimensioni più ampie, l'azienda ha avuto l'esigenza di ricercare un partner tecnico altamente affidabile, in grado di realizzare le necessarie e delicate operazioni di cablaggio della nuova struttura. Il progetto prevedeva il cablag-

gio di tutta la rete della nuova sede e il cablaggio di tutto il nuovo CED di circa 180 mq, creato ex novo al momento del trasferimento. Dopo un'attenta valutazione delle alternative sul mercato, CAAM SGR ha scelto Siemon Italia, filiale dell'azienda leader a livello mondiale nella produzione e nell'innovazione di soluzioni di cablaggio di rete ad alta qualità e alte prestazioni per l'implementazione di soluzioni di cablaggio strutturato. Siemon, grazie all'offerta di prodotti 10G, si è dimostrata la scelta ideale per un investimento

efficace ed efficiente sia nel breve sia nel lungo termine. Il portafoglio di soluzioni Siemon 10Gip a elevate prestazioni fornisce un'assicurazione per le applicazioni Ethernet a 10 Gigabit (10GBASE-T) basata su un modello di canale worst case di 100 metri e 4 connettori. In particolare, la soluzione Siemon 10G 6 UTP utilizzata da CAAM SGR fa parte di una famiglia di soluzioni completa che include il sistema 10G 6 schermato, il sistema TERA di Categoria 7/Classe F e il sistema XGLO, in fibra ottica a 50 micron ottimizzata per laser.

# Monte dei Paschi pensa alla filiale de

A Roma la presentazione in grande stile dell'accordo tra la banca più antica e Microsoft. Alla presenza dei massimi esponenti della banca e di Microsoft, compreso il CEO Steve Ballmer, eccezionalmente in Italia.



## Innovare

Su .ICT avevamo già parlato di come nella strategia di Monte dei Paschi l'innovazione di processo passasse attraverso strumenti tecnologici flessibili, che lasciassero la libertà di utilizzare i più svariati strumenti per l'accesso dei dati. Ora, rilanciano, attraverso un accordo che rappresenta un impegno per sfruttare nel migliore dei modi gli sviluppi tecnologici. "La filiale della nostra banca - ha affermato **Ernesto Rabizzi, Vice Presidente di Monte dei Paschi di Siena** - deve puntare all'eccellenza del servizio e la tecnologia è uno strumento estremamente utile per raggiungere questo

“ Per il Gruppo MPS gli obiettivi dell'accordo sono diminuire il "cost income" e focalizzare il personale sulle attività di alto valore ”

scopo. Il nostro piano industriale prevede, per il periodo 2007-2009, 150 nuovi sportelli e 500mila nuovi clienti, ma intende anche ampliare la nostra presenza nel campo dell'insurance, della previdenza. Dobbiamo rivisitare la governance per migliorare la relazione con la clientela”.

Si tratta, quindi, di un accordo di collaborazione che riguarda i servizi e la consulenza tecnologica, ma anche un quadro dettagliato degli scenari di business e organizzativi. Per il Gruppo MPS gli obiettivi dell'accordo sono quelli di diminuire il "cost income" spostando parte delle attività sui canali a basso costo, e di focalizzare il per-

## Il futuro

sonale delle filiali sulle attività ad alto valore. Contemporaneamente si vogliono aumentare i numeri di banca diretta, fidelizzando i clienti esistenti e acquisendone di nuovi con azioni mirate delle filiali e dei canali telematici. Si vogliono inoltre proporre al cliente offerte e servizi di terze parti, in uno scenario di azienda estesa.

### Multicanalità

La Filiale del Futuro non è solo un luogo fisico, ma un modo diverso di entrare in contatto con i clienti, sfruttando nel migliore dei modi gli strumenti della multicanalità e l'attività delle persone. Il servizio al cliente non deve essere ridotto alla sola vendita di un prodotto o alla singola risposta a una sua esigenza, ma deve essere concepito come un processo che lo supporta nelle sue attività quotidiane. Questo si raggiunge creando uno spazio relazionale con il cliente, a supporto dei canali operativi sia tradizionali sia telematici. La relazione con il cliente segue quindi un percorso eterogeneo sui canali del Gruppo e viene costruita in base ai comportamenti, alle esigenze e alla soddisfazione dei clienti. Il cliente può instaurare un contatto con la banca attraverso qualsiasi canale del Gruppo, quali l'ATM o l'Internet Banking, per poi proseguire con approfondimenti con personale specializzato del Contact Center, tramite strumenti innovativi come la telefonia su IP o la videoconferenza. Il cliente viene accompagnato nel processo con avvisi e notifiche sui canali da lui indicati, e può percepire lo stato di avanzamento delle proprie operazioni o richieste informative. Il servizio viene completato, arricchito e personalizzato con la vendita diretta di prodotti e servizi sui canali, aperta anche a prodotti di terzi.

### Le persone

"Questo di Banca Monte dei Paschi è

un progetto importante per noi - ha commentato **Marco Comastri, Amministratore Delegato di Microsoft Italia** - perché possiamo mettere a disposizione le nostre conoscenze, le soluzioni e i prodotti per un caso concreto di efficienza ed efficacia di business. Possiamo testare sul campo le nostre soluzioni per la security, le smart card per l'identificazione dei clienti nel rispetto della privacy, il VoIP, le video chiamate e le video conferenze. Ma anche gli alert via SMS per ricordare gli appuntamenti ai clienti e tutto quell'insieme di informazioni che permettono di avere risposte immediate consultando personale specializzato in tempo reale. È un esempio concreto della nostra strategia "people ready", ossia volta a valorizzare il lavoro delle persone all'interno delle imprese".

"Abbiamo una condivisione di visione a medio termine con Monte dei Paschi - ha dichiarato **Steve Ballmer, Chief Executive Officer di Microsoft Corporation** - perché andiamo insieme verso l'innovazione, con un approccio creativo. Forniamo soluzioni per aumentare l'efficienza delle persone, con una fortissima reingegnerizzazione dei sistemi di contatto con i clienti. Solo in questo modo, il personale delle aziende potrà sviluppare nuove idee per dialogare con i clienti. Quindi, la tecnologia è uno strumento di supporto anche all'elaborazione di nuovi concetti di business, perché svolge il ruolo di abilitatore, mentre in passato era troppo spesso considerata un freno, a causa della scarsa flessibilità dei vari applicativi. Oggi parlare di Business Intelligence è normale, perché i dati sono sempre raggiungibili, e quindi si migliora il controllo e si ha lo spazio per creare nuove esperienze. In pratica, la tecnologia permette di realizzare al meglio il business, migliorare i processi. Ma questo è vero solo se si passa attraverso un ridisegno dei pro-

cessi sulla base delle possibilità di accesso alle informazioni".

### L'importanza degli standard

Un processo di questo tipo diventa significativo solo se si rispettano determinati standard. "Le tecnologie devono essere in grado di dialogare tra loro, nel senso che la soluzione di memorizzazione dei dati deve fornire

“ Il servizio al cliente non deve essere ridotto alla sola vendita di un prodotto ma deve essere concepito come un processo che lo supporta nelle sue attività quotidiane ”

questi ultimi a tutti coloro che ne fanno richiesta - ha proseguito Ballmer -. Questo si realizza solo se si accettano degli standard di mercato per fare comunicare le applicazioni tra loro, rendendo possibile l'aggregazione e la disaggregazione dei dati a totale discrezione degli utenti. Dobbiamo fornire una nuova esperienza d'utilizzo degli strumenti informativi, perché attraverso quelli che sono programmi standard per il front end, come per esempio Excel, si possano scoprire nuove opportunità di business. Allo stesso tempo, il potenziamento del back office rende i dati accessibili in vario modo, con regole certe per il loro accesso. Innovazioni significative, sebbene possano apparire modeste rispetto ad altre. Ma si tratta di innovazioni di processo che sono vitali per le aziende".

## CONSOB sceglie Atos Origin per la gestione dei servizi IT



Nell'ambito delle sue scelte strategiche, la CONSOB (Commissione Nazionale per le Società e la Borsa)

“ Lo scopo del contratto è quello di “affidare” una parte dei servizi IT al partner scelto mantenendo un controllo operativo e tecnologico delle attività, delle infrastrutture e dei processi IT ”

ha deciso di continuare a esternalizzare parte della gestione dei propri sistemi informativi, affidando tali servizi in Outsourcing a una terza parte, sia per lo sviluppo sia per la gestione e il supporto agli utenti. L'esigenza di CONSOB era quella di selezionare un partner tecnologico

che potesse affiancarla nel corso degli anni al fine di supportare la gestione dei servizi IT accelerando l'introduzione di modelli di efficienza ed efficacia per lo svolgimento del proprio ruolo istituzionale e operativo. Lo scopo del contratto è quello di "affidare" una parte dei servizi IT al partner scelto mantenendo un controllo operativo e tecnologico delle attività, delle infrastrutture e dei processi IT e garantendo ai propri dipendenti i necessari strumenti di lavoro con il massimo della qualità e nel rispetto dei sempre più stringenti vincoli di bilancio.

La Gara iniziata a fine maggio, è stata assegnata ufficialmente ad Atos Origin scelta quale unico referente per la capacità di garantire, grazie alla completezza dell'offerta e alla dimensione nel mercato, tutti i servizi e i livelli di qualità richiesti da CONSOB.

Il contratto triennale, dal punto di vista operativo è suddiviso in:

- gestione tecnica parziale del sistema informativo;
- fornitura di servizi di assistenza agli utenti;
- fornitura di servizi di sviluppo e manutenzione di software applicativo.

"Siamo stati scelti dalla CONSOB per il migliore progetto tecnico che

### Atos Origin

Atos Origin, uno dei principali IT service provider a livello internazionale, supporta i propri clienti nel tradurre gli obiettivi strategici in risultati concreti, fornendo servizi di consulenza, systems integration e outsourcing.

La società, con ricavi annui superiori ai 5.5 miliardi di euro, è presente in 40 Paesi nel mondo con un organico di oltre 47.000 persone.

Atos Origin è il Worldwide Information Technology Partner dei Giochi Olimpici e ha una base di clienti internazionali in tutti i settori del mercato.

garantisce la massima efficienza ed efficacia di gestione nonché livelli di sicurezza e riservatezza idonei alle stringenti problematiche del cliente - precisa **Marina Neri, Direttore Public Sector e Grandi Clienti Atos Origin Italia** -. "Atos Origin è stato riconosciuto quale partner in grado di fornire supporto completo in ambito ICT, dall'analisi dell'esigenza, allo sviluppo e gestione delle soluzioni". Il contratto triennale rinnovabile avrà un valore di 9 milioni di Euro.

### CONSOB

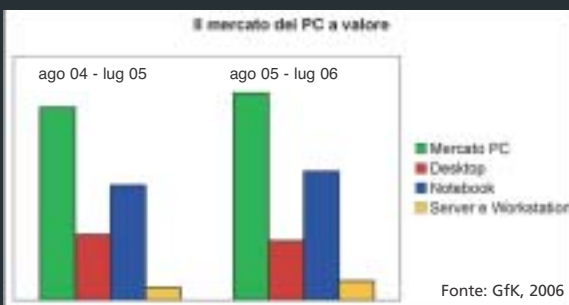
La CONSOB - Commissione Nazionale per le Società e la Borsa è l'autorità di controllo del mercato italiano dei prodotti finanziari; obiettivi della sua attività sono la tutela degli investimenti e l'efficienza, la trasparenza e lo sviluppo del mercato mobiliare. La CONSOB è un'autorità amministrativa indipendente, dotata di una particolare autonomia nello svolgimento delle sue funzioni.

## Il mercato dei PC segna il sorpasso del portatile sul desktop

Ormai è palese. Il trend che si era evidenziato nel corso del 2005 è stato ampiamente confermato nei primi sette mesi del 2006. I computer portatili, in ogni loro forma, sono ormai la parte predominante del mercato dei computer in Italia.

### Oltre 2 milioni di computer

Il mercato italiano dei Personal Computer è un buon mercato, nel senso che sono stati venduti da agosto 2005 a luglio 2006 oltre due milioni e mezzo di pezzi. Un dato incoraggiante, soprattutto per la crescita rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, dove i PC erano di poco superiori ai due milioni duecentomila.

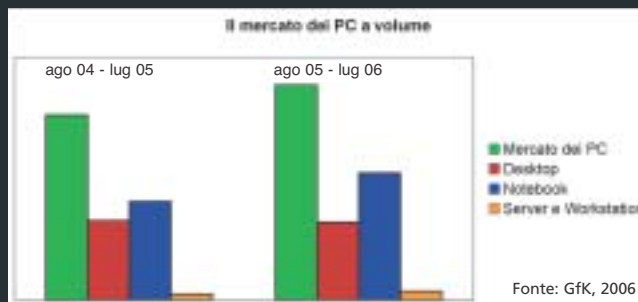


Una crescita, quindi, davvero consistente, che va oltre un già sostanzioso 16%. Ma i freddi dati non dimostrano la realtà del mercato: i PC desktop comunque crescono, anche se di poco, mentre è letteralmente esploso il mercato dei notebook, con una cre-

scita superiore al 25%. Tutto bene, se guardiamo i volumi, ma che cosa accade a valore? Ottima la crescita dei notebook, superiore al 20%, contenuta la diminuzione nel mercato desktop, intorno al -10%. Sono dati davvero incoraggianti, perché la caduta dei prezzi dei prodotti, che si registra soprattutto nella grande distribuzione e nella distribuzione specializzata, viene controbilanciata dai prodotti venduti nel canale tradizionale informatico, nel quale emergono i prodotti di fascia alta e le differenze tecnologiche e le innovazioni.

### Novità

Il settore dei Personal Computer risentirà, nel medio termine, di alcune innovazioni significative. La prima riguarda l'ingresso sul mercato di processori più potenti ma che al tempo stesso consumano meno e hanno minori necessità di essere raffreddati, mentre dall'altro lato Microsoft lancerà il nuovo sistema operativo. Questi due aspetti di innovazione sui prodotti incideranno pesantemente sulle vendite dei PC, perché sarà possibile da una parte realizzare form factor innovativi, e dall'altra avere delle applicazioni nuove, più moderne. Questi fattori coinvolgono nello stesso modo il mercato business e il mer-



Fonte: GfK, 2006

cato consumer, sebbene le esigenze di base siano differenti. Si accentueranno, più che altro, le differenze tra le linee di prodotto, come avviene per il mercato dei desktop aziendali e dei desktop casalinghi, sia per dotazione di accessori sia per prestazioni (processore e scheda video). L'avanzata della multimedialità e delle connessioni in rete always on permetterà di creare prodotti da collegare alle TV più piccoli e completi, ma soprattutto silenziosi.

### Price sensitive

Quello dei PC è un mercato di sostituzione, e visto che le performance sono sempre meno importanti, entra in gioco il prezzo. Infatti, il mercato diverrà sempre più price sensitive e per l'industria si verificherà uno stabilizzarsi dei prezzi. Il prezzo medio dei PC, infatti, sta rallentando la discesa, attestandosi sotto il 10% su base annua per i desktop e sotto il 5% per i portatili. Il prezzo medio dei computer da scrivania è sceso sotto i 700 euro, mentre quello dei notebook è rimasto sopra i 1.000 euro. Parlando di computer, è interessante segnalare che, nel corso del periodo preso in esame, c'è stata una grandissima ripresa delle workstation e dei server, con percentuali di crescita sui volumi che sfiorano il 50%, superato in valore.



## Performance Management al centro dei processi aziendali

Chi deve decidere, in azienda, deve avere a disposizione degli strumenti il più possibile completi e semplici da usare. "In SAS abbiamo deciso di puntare su una vera e propria suite di soluzioni che siano di supporto ai decisori aziendali, in modo da fare comprendere loro quanto sta succedendo in azien-

“ Una soluzione che permette agli utenti di estrarre le informazioni in tempo reale e consente di velocizzare la fase di data entry e di validare i dati ”

da, diventando così strumento per misurare gli obiettivi in ogni area di business" ha dichiarato **Christoph Sporleder, Director Solution Development di SAS Europe, Middle East & Africa**. Il Performance Management è diventato un argomento centrale per SAS, e sulla piattaforma tecnologica SAS 9 sono nate tutta una serie di funzionalità in numerose aree verticali, tanto da coprire praticamente ogni singola attività. "Noi abbiamo intrapreso una strada importante a livello strategico - ha proseguito Sporleder - in modo da riuscire a offrire strumenti flessibili ma al tempo stesso estremamente specializzati. Il concetto è quello di realizzare soluzioni verticali per i vari ambiti, come Financial, Human Resources e via di seguito, che si basano su standard già presenti sul mercato. Quando oggi ci rechiamo in un'azienda, non possiamo pretendere di essere i soli fornitori di prodotti

informatici, quindi abbiamo realizzato soluzioni aperte ai più importanti standard di mercato, focalizzandoci sui risultati di efficacia ed efficienza per i clienti". Un esempio concreto è SAS Financial management, una soluzione on demand che permette agli utenti di estrarre le informazioni in tempo reale e consente, per esempio, a chi è addetto alla preparazione dei budget, di velocizzare la fase di data entry e ai manager di validare i dati più velocemente. Una soluzione che si adatta perfettamente al sistema ERP. "Il Performance Management deve ricoprire un ruolo centrale in azienda - ha proseguito Sporleder -, perché tutte le attività svolte e tutte le informazioni che se ne ricavano devono concorrere a supportare le decisioni in modo dettagliato. Non è solo una questione finanziaria, piuttosto che produttiva o distributiva, ma si tratta di avere a disposizione strumenti che semplifichino la pianificazione aziendale e le attività operazionali con la strategia corporate". Il processo di SAS, quindi, si basa su informazioni che risiedono su diversi server appositamente preparati. "Il nostro concetto di base, che poi fa parte della strategia di SAS - ha continuato Sporleder - è utilizzare e condividere il più possibile dati già manipolati e resi omogenei. Questo è, per noi, un elemento fondamentale, e riguarda quello che definiamo "condivisione di metadati". Solo in questo modo è possibile riuscire a ottenere il massimo delle prestazioni dalle soluzioni e soprattutto una grandissima affidabilità dei risultati, per-

ché riusciamo a integrare nel migliore dei modi le soluzioni di fornitori diversi. Questo genere di operazioni, solitamente, comporta una spesa enorme in termini di tempi e risorse, mentre noi siamo in grado di fare in modo che ogni attività compiuta in azienda sia utile a supportare il Performance Management, al di là dei soli aspetti finanziari". Il mercato ha accolto molto bene questo tipo di approccio, certamente non invasivo, ma soprattutto l'investimento non è ingente e si adatta perfettamente agli investimenti già compiuti dalle aziende. "Forniamo strumenti innovativi - ha concluso Sporleder - che si basano sulle attività informatiche già presenti in azienda. Permettiamo quindi di preservare gli investimenti e il know how acquisito, ma al tempo stesso possiamo proporre soluzioni di estrema utilità per il supporto alle decisioni".



## Prospettive per le tecnologie e il mercato del Content Management



Fabio Rizzotto  
IT Research Manager  
IDC Italia

La maturità degli utenti e la riconosciuta necessità di migliorare l'efficienza dei processi hanno sostenuto in questi anni la crescita del mercato delle applicazioni di Document-Content Management, che ha fatto segnare tassi di sviluppo superiori rispetto alla media del settore IT. Ovviamente, anche all'interno del segmento Document-Content la crescita si è manifestata in misura diversa, mostrando andamenti più o meno costanti ma sempre sostenuti. Aree giunte negli anni scorsi alla maturità, per esempio la gestione documentale, sono state rivitalizzate da novità di tipo tecnologico (nuovi standard, linguaggi, sistemi di workflow, firma digitale, integrazione con sistemi di office automation ecc.) e

normativo (dalla legalizzazione del documento informatico al riconoscimento della validità del formato PDF per la firma digitale). Questo ha permesso di rilanciare il segmento GED (gestione elettronica documentale), affiancandolo alle aree più nuove del Content Management: Web Content, Record Management, Digital Content. La domanda per questo tipo di applicazioni è andata aumentando mano a mano che le imprese hanno percepito l'opportunità di gestire i processi documentali secondo una logica più moderna, rispondente ai nuovi requisiti di business e normativi. A livello mondiale le stime IDC prevedono una crescita del mercato a un tasso di poco superiore al 13% annuo tra il 2005 e il 2010 (tasso medio annuo nel periodo considerato).

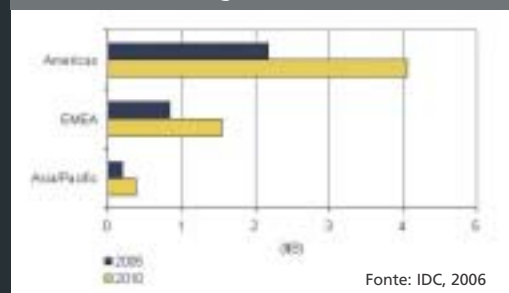
Ma quali sono le tendenze per questo mercato? In maniera un po' bizzarra si potrebbe affermare che l'obiettivo è "strutturare" l'informazione "non strutturata". Il gioco di parole richiama tuttavia all'attenzione la necessità di ricondurre la gestione di documenti e contenuti a quello che è il loro ciclo di vita. In questo senso, le problematiche dell'archiviazione elettronica sostitutiva, della firma digitale, della sicurezza (Secure Content Management), dello storage sono tra i più attuali e alimentano il dinamismo di questo segmento.

Tra le tendenze non bisogna trascurare due ulteriori fronti: il primo concerne il bisogno di ottimizzare il patrimonio informativo esistente, i cicli di produzione e la modifica di contenuti, che richiedono agli utenti una dose di tempo non trascurabile della propria giornata, determinando impatti negativi sui costi interni. Punti unici di accesso, strumenti di ricerca più avanzati (per esempio, grazie alla nuova

generazione di motori semantici), tecnologie di visualizzazione dei contenuti sono tra i principali tools a supporto di questa esigenza.

Il secondo tema ha a che fare con la nuova fase del Web (cosiddetta 2.0) che introduce meccanismi bidirezionali di interazione tra la rete e gli utenti, aprendo così la strada per una nuova era di Internet. Stiamo parlando per esempio dei modelli di gestione più democratica del Web Content (dai

### Previsioni di crescita del mercato delle Applicazioni di Content Management (miliardi di dollari)



blog privati ai Corporate Blog, dal caso Wikipedia fino alla nuova frontiera dello Storage di informazioni digitali sul Web).

La Rete inizia ad assumere un ruolo più centrale per gli utenti e i nuovi "stili" possono aprire nuove opportunità di business.

Di tutto questo si parlerà nel corso dell'evento IDC "Content & Document Management Conference 2007", che avrà luogo a Roma presso l'Hotel Villa Pamphili il 30 Gennaio p.v. e a Milano presso l'Hotel Executive il 15 Febbraio p.v. Per informazioni sul programma e per l'iscrizione al convegno IDC, visitare il sito Internet:

<http://www.idc.com/italy>, oppure contattare la segreteria al numero 02 28457 352 o all'indirizzo e-mail: [infoevents@idc.com](mailto:infoevents@idc.com).

## Sicurezza: è importante o è fondamentale?

Nel corso di un evento avvenuto a Milano e promosso da Sophos, si è potuto fare il punto della situazione della sicurezza in Italia. È stato possibile mettere a confronto molte personalità di spicco e aziende che operano nel settore. **Vito Divincenzo, Sales and Marketing Director di Sophos Italia**, per esempio, ha puntualizzato come oggi ogni reato abbia una componente che coinvolge la tecnologia, e come quindi la sicurezza sia un problema fondamentale. "La dimostrazione ci viene da recenti episodi molto evidenziati anche dai media - ha dichiarato Divincenzo -. Dalle intercettazioni illegali svolte da alcune persone all'interno della divisione Sicurezza di Telecom all'episodio del pedofilo che da mesi tiene in scacco anche i più abili informatici dell'FBI, la maggior parte degli atti criminosi ci dimostra che la componente tecnologica sta acquisendo un peso sempre maggiore. Per contrastare questo fenomeno in larghissima diffusione è cruciale impegnarsi nella diffusione di una reale cultura della sicurezza. Dal nostro canto, siamo diventati recentemente editori

di Secured, un giornale che si propone di contribuire in questo senso. I contenuti editoriali sono forniti da un Comitato Scientifico formato da personalità di spicco del mondo della sicurezza informatica provenienti dal mondo dell'impresa, della PA, dell'analisi, del giornalismo".

**Gigi Tagliapietra, Presidente Clusit**, Associazione italiana per la sicurezza informatica, ha invece enfatizzato un concetto importante. "Siamo sempre collegati in Rete - ha affermato Tagliapietra -, e anche quando spegniamo il nostro PC, per esempio, la banca continua a effettuare operazioni per nostro conto; ecco perché diventa fondamentale tutelarsi.

Continuamente. Lo scenario della cybercriminalità sta cambiando giorno dopo giorno. Non esiste più l'hacker solitario spinto dalla ricerca della gloria personale, una specie di romantico Robin Hood. Adesso si è passati a vere e proprie associazioni a delinquere che compiono attacchi mirati a scopo di lucro. Anche le minacce informatiche si evolvono velocemente e diventano giorno dopo giorno sempre più insidio-

se. Se una volta poteva bastare l'antivirus, adesso la cura da sola non basta più: serve prevenzione". "L'Università Bocconi conta una media di 3.000 PC collegati in rete al giorno - ha spiegato **Marco Pirovano, Area Sistemi Informatici e Telematici dell'Università Bocconi** -. Al momento dell'iscrizione ogni studente riceve un account, che su richiesta può tenere per sempre. Attualmente gli iscritti alla nostra Università sono 16mila. La Rete è fondamentale, registriamo tutte le lezioni e lo mettiamo online a disposizione degli studenti. Il problema principale era rappresentato dallo spam. Nel 2003 ricevevamo 60 milioni di messaggi di cui il 75% era costituito da campagne spam. Oggi, grazie all'introduzione nel 2004 della soluzione PureMessage di Sophos, non arrivano più i milioni di e-mail spam che ci intasavano ogni giorno. Adesso il traffico "spazzatura" viene bloccato alla fonte. Tutte le e-mail spam sono messe in quarantena, ci viene segnalata la lista di e-mail bloccate in modo da poter verificare se, eventualmente, ci sia qualche messaggio importante".

## I.NET: la sicurezza è fattore critico per i nostri clienti

"La sicurezza di reti, sistemi e informazioni è una sfida sempre più complessa - ha dichiarato a margine del convegno milanese Enrico Campagna, Marketing Manager di I.NET -. Un dato significativo è che oggi oltre il 25% del fatturato di I.NET deriva dalla sicurezza, in risposta al crescente numero di criticità italiane. Parlo di soluzioni per la protezione a livello globale: delle infrastrutture, dei dati e dei datacenter. La domanda crescente riguarda la sicurezza della gestione operativa, ovvero la continuità operativa dei processi aziendali. Le aziende stanno diventando consapevoli del cambiamento di modi e tempi degli attacchi informatici. Servono regole, governance della sicurezza, perché il pericolo può provenire non solo dall'esterno, ma sempre più spesso nasce all'interno delle organizzazioni. Inoltre, anche il perimetro di controllo si è notevolmente allargato, per la flessibilità con cui vengono usate le tecnologie che subiscono continui cambiamenti di stato passando da business a consumer e viceversa. Per esempio posso usare il laptop aziendale per altre funzioni, come per scaricare video, oppure posso collegarmi da un Internet Café, via smart phone, o usare pen USB. I confini Policy Enforcement sono talmente estesi che diventano ingovernabili, ecco perché è sempre più fondamentale la cultura della sicurezza".

## Furto di dati: la nuova minaccia per la sicurezza delle aziende

Il furto di dati rappresenta oggi il rischio più oneroso che le aziende si trovano ad affrontare: nel 2005, la Computer Crime Survey svolta dall'FBI ha calcolato che il costo medio dei danni causati da ogni singolo attacco ai sistemi di sicurezza dei computer è di 24.000 dollari. Il furto e l'utilizzo inappropriato di dati sensibili sono costati in media 355.553 dollari, in forte crescita contro i 168.529 dell'anno precedente. "Oggi giorno tutte le aziende utilizzano, scambiano e comunicano dati sensibili in formato elettronico e sono dunque a rischio di furto - ha dichiarato **Didier Schreiber, Marketing Manager Southern Europe SurfControl** -, con conseguenti perdite economiche, responsabilità legali e danni all'immagine aziendale". Recentemente è stato evidenziato come un quarto delle imprese abbiano subito, nell'ultimo anno, il furto di informazioni riservate. "Ciò conferma la crescita costante che questo fenomeno ha registrato negli ultimi 5 anni - ha proseguito Schreiber -, a causa del sempre maggior numero di informazioni che viene archiviato e per

i molteplici canali attraverso i quali questi dati possono essere diffusi e portati fuori dal luogo di lavoro". Oggi, il 90% della proprietà intellettuale delle aziende è disponibile in formato digitale, il 45% viene trasmesso via e-mail e l'80% di questi dati è considerato "altamente confidenziale". Il boom dei dispositivi mp3, delle chiavette USB e dei cellulari offre ai dipendenti numerose opportunità per sottrarre con facilità dati riservati, così come le applicazioni di Instant Messaging, Voice-over Internet Protocol e P2P, sempre più presenti negli uffici. "Alcune tra le più importanti e note realtà aziendali internazionali, come Apple e Yahoo - ha proseguito Schreiber -, hanno subito questa grave forma di attacco alla sicurezza informatica, e un dato che è emerso da questi casi è che spesso il furto non avviene dall'esterno ma dall'interno



dell'azienda stessa: se ciò che preoccupa gli IT manager sono gli attacchi da parte di hacker (37%), più dei danni causati dai dipendenti (18%) e da eventuali attacchi terroristici (2%), la realtà dimostra che la causa principale di perdita di dati sensibili sono gli errori dei lavoratori. Sommati ai furti, gli errori commessi da personale interno causano quattro volte più perdite di dati. Chi lavora in un ufficio sa esattamente il valore delle informazioni e dove si possono trovare, e i dipendenti sono maggiormente propensi a furti di proprietà intellettuali, mentre gli attacchi dall'esterno puntano al furto di identità". Nonostante queste allarmanti prospettive, le aziende tendono a nascondere la testa sotto la sabbia e non prendono in considerazione l'implementazione di soluzioni in grado di ovviare a questo problema: fondamentale è infatti capire dove e come vengono archiviate le informazioni confidenziali, chi può accedervi, e come gestire in modo ottimale la diffusione di questi dati, mettendo dunque a punto una protezione a 360 gradi, in grado di coprire tutti i diversi punti di vulnerabilità delle reti IT.

### Chi è SurfControl

Grazie a SurfControl, la comunicazione Internet diventa un vantaggio, e non una minaccia, per l'attività aziendale. Le migliori soluzioni disponibili sul mercato offrono ai clienti gli strumenti necessari a incrementare il controllo e la sicurezza della rete aziendale, ottimizzando l'efficienza delle risorse, l'attività di business e la conformità normativa. SurfControl Enterprise Protection Suite copre tutti i punti di vulnerabilità della rete aziendale con soluzioni on-demand di protezione e-mail e Web a livello gateway, client e per gli utenti che si connettono in modalità remota. Tutti i prodotti offerti dall'Enterprise Protection Suite sono supportati dal sistema di rilevamento delle minacce leader del settore, fornito dal team di esperti SurfControl. I ricercatori SurfControl lavorano 24 ore su 24 e 7 giorni su 7 per fornire agli utenti una protezione dinamica per contrastare le minacce emergenti. L'azienda conta più di 23.000 clienti in tutto il mondo, 14.5 milioni di utenti, e più di 500 dipendenti negli Stati Uniti, in Europa e in Asia.

# Internet Crime: le aziende italiane "senza rete nella rete"?

Il mercato dell'e-commerce cresce. Stando ai dati del Consorzio del commercio elettronico italiano, si è decuplicato in 6 anni. Pur rimanendo ancora fanalino di coda a livello internazionale, non è più possibile pensare a una moda passeggera. Eppure in Italia molte aziende non ne sanno ancora apprezzare i vantaggi e, addirittura, a ben guardare, ne sono talvolta preoccupate. Si parla spesso dei timori dell'utente ad acquistare online, invece raramente si considerano i dubbi delle aziende a vendere o, ancora di più, a proteggere i propri marchi e prodotti sul Web. L'incapacità di utilizzare la Rete per difendersi dalla Rete stessa è emersa in tutta la sua preoccupante gravità nel recente convegno organizzato da INDICAM (Istituto di Centromarca per la lotta alla contraffazione), dal titolo emblematico "Mondo Web e tutela della proprietà intellettuale: senza rete nella rete?". E in effetti la sensazione è proprio quella di aziende che camminano sul filo della Rete senza rete. L'osservazione è ancora più grave se si considera che esistono altre "aziende" che, al contrario, sembrano saper utilizzare molto bene il Web per conseguire vantaggi illeciti. Si tratta dei contraffattori che trovano nelle potenzialità del Web una incredibile opportunità e facilità di business senza confini. A sentire i dati presentati dal Colonnello della Guardia di Finanza Umberto Rapetto, addirittura il 30% della merce che viaggia su Internet in Europa è contraffatta. "I dati dell'Italia sono in linea con la media europea, ma la vera novità in questo settore - ha aggiunto Rapetto - è che si assiste a un passaggio dal tradizionale modello b2c a un modello b2b". Questi dati

fanno pensare che è urgente prendere misure serie e condivise per combattere la contraffazione. Eppure, come tardi arriva l'impresa italiana a cogliere le potenzialità del Web (talvolta addirittura più tardi

**“ A sentire i dati presentati dalla Guardia di Finanza, addirittura il 30% della merce che viaggia su Internet in Europa è contraffatta ”**

dei contraffattori stessi) così ancora fatica a vedere che l'unico modo per vincere l'Internet Crime è combatterlo con le sue stesse armi. Quali? Naturalmente le armi offerte dal Web stesso. La tecnologia che non è solo in mano alle aziende criminali, ma è a disposizione di chi conosce Internet. Canali Web, motori di ricerca, directory di shopping e di pubblicità, comparatori di prezzo, marketplace, siti di annunci, aste. Questi signori conoscono molto bene gli strumenti del Web. Eppure, nel corso del convegno si respirava una strana aria di "impotenza tecnologica". Tutti i mali dei titolari di marchi rappresentati da aziende come Pomellato, Ferrari, Flos, Gucci, Richemont Italia sembravano risiedere nell'incapacità di eBay di tenere veramente pulita la sua piattaforma e nei buchi del suo programma VERO. Si è dovuto attendere il tardo

pomeriggio, a platea purtroppo ridimensionata, per sentire che questa guerra si può vincere, utilizzando con competenza e rigore gli strumenti stessi del Web. Non è un caso che a parlarne sia stato un relatore che ha partecipato alla nascita di eBay in Italia e che in questa azienda ha avuto anche la responsabilità della sicurezza. Oggi è a capo di una start up il cui nome è una mission: Protect Veritas (PV). "Esistono tecnologie e soluzioni software avanzate - ha affermato Ugo Celestino, Direttore Generale di PV - in grado di combattere e vincere la contraffazione online. Sono strumenti come i notissimi cookies, i codici di tracking usati per la pubblicità online, l'incrocio di dati personali e non, gli indirizzi IP di registrazione e login che identificano univocamente un computer per l'accesso a Internet e che fotografano comportamento e tipo di attività svolta sul sito". Strumenti normalmente utilizzati dagli operatori del Web e che oggi sono messi a disposizione delle aziende tramite questa società che, per prima in Italia, combatte contraffazione e altri abusi di marchi e prodotti che avvengono su Internet. Speriamo che i titolari di marchi sappiano dotarsi di queste armi del Web, pena il fallimento del sistema industriale delle marche che, come ha affermato Carlo Guglielmi, Presidente di INDICAM, "è il fiore all'occhiello, anche in termini di innovazione, del nostro Sistema Paese. Non siamo qui a difendere il Made in Italy perché l'Italia è il quarto Paese produttore al mondo di falsi e il primo consumatore. Noi vogliamo difendere - ha concluso Guglielmi - il prodotto originale, perché solo qui sta l'eccellenza del Made in Italy".

# Portale delle imprese: nuovi servizi online

Si accorcia ulteriormente la distanza tra le imprese e la burocrazia, grazie all'innovazione digitale. La "scrivania virtuale" del Portale Nazionale delle Imprese ([www.impresa.gov.it](http://www.impresa.gov.it)) si è arricchita di nuovi servizi online. Lo ha reso noto il CNIPA-Centro Nazionale per l'Informatica nella Pubblica Amministrazione. In particolare, sarà possibile effettuare la richiesta di autorizzazione per convegni e congressi riguardanti i medicinali all'Agenzia Italiana del Farmaco (AIFA). Il servizio, che è realizzato nell'ambito della convenzione sottoscritta recentemente dal Ministero della Salute e dal CNIPA, è rivolto alle oltre 1.500 segreterie organizzative che, per conto delle aziende farmaceutiche, trasmettono circa 30 mila richieste annue di autorizzazione per l'organizzazione di eventi su tematiche attinenti all'impiego di medicinali. La funzionalità che il Portale delle Imprese mette a disposizione è una gestione completa delle richieste, con

“ Sarà possibile effettuare la richiesta di autorizzazione all'Agenzia Italiana del Farmaco per convegni e congressi sui medicinali. È poi disponibile una serie di servizi realizzati con la convenzione tra il Dipartimento dei Vigili del Fuoco e il CNIPA ”

la possibilità, in particolare, di modificarle online inserendo ulteriori aziende farmaceutiche o eliminando quelle già presenti, e di monitorarne lo stato di avanzamento. Ancora, sul Portale delle Imprese è disponibile un primo insieme di servizi realizzati con la convenzione sottoscritta tra il Dipartimento dei Vigili del Fuoco del Ministero dell'Interno e il CNIPA. La convenzione consente ai titolari delle attività soggette agli obblighi di prevenzione incendi di richiedere online il parere di conformità e il controllo dello stato del

procedimento amministrativo. Per ora questi ultimi servizi sono attivati nelle province di Bologna e di Pesaro; l'estensione a tutto il territorio nazionale seguirà un piano, predisposto dal Dipartimento dei Vigili del Fuoco, che si svilupperà nel corso del 2007. Contestualmente, si procederà al completamento dei servizi previsti dalla convenzione, tra i quali la possibilità di richiedere il rilascio o il rinnovo del Certificato di Prevenzione Incendi e di presentare eventuale domanda di deroga.

## Un nuovo accordo per rendere più sicura la rete IT dell'UE

La Commissione Europea ha firmato un contratto con il consorzio Equant/Hewlett Packard per la fornitura della infrastruttura in sostituzione di numerose infrastrutture di data communication a livello europeo. Il contratto-quadro, che si chiama s-TESTA (Secured Trans European Services for Telematics between Administrations), definisce un network protetto di telecomunicazioni dell'UE e risponde all'esigenza

crescente di scambi di informazioni sicure tra le amministrazioni europee e nazionali. Per creare una rete di telecomunicazioni che serva molteplici interlocutori all'interno di numerosi settori di attività, la Commissione Europea, il Consiglio Europeo, Europol e l'Agenzia ferroviaria europea hanno congiunto i propri sforzi. Il contratto quadro s-TESTA è stato assegnato al termine di una procedura di gara congiunta e permet-

terà alle amministrazioni europee a livello UE e nazionale di scambiarsi dati in modo sicuro e affidabile in molteplici settori. Franco Frattini, Vice Presidente della Commissione per la Giustizia, Libertà e Sicurezza, ha commentato che questa iniziativa offrirà una struttura portante sicura per connettere il nuovo sistema informativo Schengen, che includerà i dati biometrici, e facilitare l'interoperabilità di differenti sistemi.

## 150 comuni del Veneto connessi in banda larga wireless

Un network senza fili che connette in banda larga quasi tutti i 119 comuni del vicentino e altri 30 delle province di Treviso, Padova e Verona, su un territorio di 2.500 Km<sup>2</sup> penalizzato dal Digital Divide. Telmar SpA, uno dei primi WISP (Wireless Internet Service Provider) italiani, offre connettività in banda larga senza fili a centinaia di abbonati nei comuni della province di Vicenza, Treviso, Padova e Verona, grazie alla tecnologia Alvarion, leader mondiale del wireless broadband. Telemar SpA si è infatti qualificata come WISP già dall'ottobre 2005 e ha iniziato a realizzare una rete wireless privata per fornire connettività in banda larga al territorio della provincia di Vicenza e dei comuni limitrofi. Oggi, quasi tutti i comuni del vicentino e molti delle province di Treviso, Padova e Verona - un'area, come si diceva, di circa 2.500 Km<sup>2</sup> - possono godere dei vantaggi della banda larga senza fili, e sono già centinaia gli utenti connessi alla rete, tra cui alcune Amministrazioni Pubbliche e moltissime aziende.

### Un network che si può ampliare

La tecnologia Alvarion ha permesso infatti a Telemar di colmare il Digital Divide nelle aree non ancora raggiunte dalla banda larga, oppure di offrire, nelle aree già servite, una connessione con velocità di trasmissione maggiore di quella possibile con le linee xDSL. Un network espandibile, e che in futuro potrà offrire nuovi servizi a valore aggiunto. Attualmente si sta vagliando la possibilità di aggiungere all'offerta i servizi di video-sorveglianza e video-controllo, un alto throughput dati su dorsali specifiche, videofonia, video conferenza, ecc. A questo proposito, è in fase di sperimentazione l'utilizzo di alcune teleca-



mere nel territorio. La rete wireless in banda larga, realizzata da Telemar con il supporto dell'installatore NTRnet, è completamente gestita con tecnologia Alvarion Hiperlan nelle frequenze dei 5,4-5,7 GHz. Il "centro stella" è localizzato presso la sede di Telemar a Vicenza. Da qui, tramite link Punto-Punto, si diramano le dor-

sali che collegano il centro stella con le varie località sede delle Access Unit (AU). Le AU si collegano quindi al cliente finale tramite link Punto-Multipunto. Ogni AU ha una capacità di 32 Mbps per settore ed è in grado di gestire fino a 512 utenti in modalità non criptata e fino a 128 in traffico criptato.

### Telemar e Alvarion

**Telemar SpA** opera dal 1995 come ISP prevalentemente nel territorio della provincia di Vicenza. Si è qualificata negli anni con la creazione di reti telematiche e fornitura di connettività verso la rete Internet su tutto il territorio nazionale. Il target è il mercato business: aziende ed enti che, per le loro caratteristiche operative, hanno sedi dislocate nel territorio e necessitano di integrare il sistema informativo e colloquiere con il mondo esterno. Da ottobre 2005 Telemar si è qualificata come WISP.

**Alvarion**, con più di 2 milioni di unità installate in 150 Paesi e un fatturato di quasi 200 milioni di dollari nel 2005, è oggi leader mondiale nel mercato della banda larga wireless (BWA), di cui detiene il 32% (Skylight Research 2004). Fornisce i propri prodotti a carrier, ISP e operatori di rete privati. Con l'estensione della copertura delle reti mobili GSM e CDMA ai Paesi in via di sviluppo e ad altre aree difficili da raggiungere, Alvarion offre soluzioni di rete mobili e scalabili che si caratterizzano per il ridotto costo di ingresso, commutazione a livello locale e funzionalità VAS integrata.

## e-Government, e-democracy: dematerializzare per risparmiare

Nell'incontro di Roma del 12 ottobre scorso organizzato da Siav, in collaborazione con il CNIPA e con il patrocinio del Ministro per le riforme e innovazioni nella Pubblica Amministrazione, la gestione elettronica dei documenti si conferma uno strumento indispensabile per abbattere i costi e migliorare la qualità dei servizi pubblici. L'impianto normativo introdotto con il codice digitale è completo e le tecnologie ci sono. Quello che manca ancora è lo slancio per sostituire un sistema di gestione ancora legato all'uso della carta. L'alternativa, e cioè il passaggio al digitale, permetterebbe alla PA un risparmio di 32 miliardi di euro ogni anno, secondo quanto affermato dal CNIPA. E cioè si avvicina all'equivalenza della legge Finanziaria di cui si sta discutendo attualmente. Questi alcuni dei risultati emersi durante il convegno romano sul tema "e-government, e-democracy".



### Qualità dei servizi e gestione documentale

Si è discusso della qualità dei servizi e della modernizzazione della PA come indice fondamentale per la competitività del Paese, per la riduzione dei costi e per garantire tempi più veloci nello svolgimento delle pratiche, anche a vantaggio dei cittadini.

La tecnologia ha, in tale contesto, un ruolo centrale e strategico, così come molto importante è la gestione documentale per la realizzazione di un'amministrazione che fornisca servizi più inclusivi e aperti, interoperabili, trasparenti ed economici. Dice **Alfieri Voltan, Presidente di Siav**, società leader nella fornitura di software e servizi informatici a enti e imprese: "la riduzione di tempo e spazio nello svolgimento delle pratiche è solo il vantaggio più evidente della gestione elettronica dei documenti. Ci sono poi tutta una serie

di vantaggi indiretti che fanno capo alla possibilità di riorganizzare i processi di lavoro per poter monitorare l'efficienza operativa all'interno della Pubblica Amministrazione, misurare i risultati ottenuti e il miglioramento delle prestazioni, in funzione di una trasparenza totale verso cittadini e imprese. Questo si traduce in tempi certi nell'esecuzione delle pratiche e l'eliminazione delle

### Chi è Siav

Siav è una società di sviluppo software e di servizi informatici, nata nel 1989 con l'obiettivo di proporre soluzioni in segmenti del mercato informatico caratterizzati da un elevato know-how e dall'impiego di tecnologie innovative e all'avanguardia. Siav è capofila di Siav Group, insieme di società distribuite sul territorio italiano e in Svizzera, con la missione di promuovere le tecnologie e le soluzioni sviluppate. La sede principale della società si trova a Rubano (Padova). Con una posizione di leadership in Italia nei segmenti di mercato in cui opera, Siav propone soluzioni flessibili, integrate e progettate su misura per le medie e grandi imprese, per la PA e per il settore dei beni culturali.

code agli sportelli".

La tavola rotonda è stata moderata dal direttore generale di Forum PA, Carlo Mochi Sismondi. A seguire, l'intervento di Pierluigi Ridolfi, membro del CNIPA e presidente della commissione per la dematerializzazione, che ha illustrato la situazione e le prospettive della gestione elettronica della documentazione amministrativa, e di Carlo Notarmuzi, dirigente Ufficio politiche per la digitalizzazione della PA, del Dipartimento per l'innovazione e le tecnologie. Alfieri Voltan ha poi parlato del contributo dell'ICT nella riorganizzazione dei processi aziendali. Non sono mancate le testimonianze di imprese ed enti che hanno introdotto soluzioni di gestione documentale all'interno della propria organizzazione. Tra questi, Acì Informatica, iPOST e Postel, il Comune di Bressanone.



# Un'architettura flessibile per servizi più personalizzati all'INPS

Grandi numeri: ventitre milioni di assistiti, 18 milioni di pensioni, un milione e mezzo di società clienti; collegamenti con 1.000 municipalizzate, 800 banche e 14 mila uffici postali. L'INPS è la più grande realtà italiana che si occupa di Previdenza Sociale ed è caratterizzata da un volume di fuoco di dati che viene gestito da 33 mila persone e da un siste-

utilizzo sempre più esteso delle tecnologie emergenti quali Internet, call center, televisione digitale. Anche in questo caso i dati si commentano da soli: ogni anno i contatti via call center sono circa 5 milioni; il sito registra 8 milioni di visitatori e più di 20 milioni di accessi autorizzati; i servizi erogati online raggiungono quota 40 milioni. Il tutto in linea con i valori chiave della strategia dell'ente, che si basa da sempre sulla qualità dei servizi e sulla esigenza che i clienti possano fruirne in maniera semplice e flessibile. In assoluta sicurezza.

L'infrastruttura tecnologica doveva necessariamente evolvere all'insegna di questi obiettivi.

L'INPS, in collaborazione con IBM, ha avviato un progetto di consolidamento che si propone di integrare e ottimizzare le risorse e ha scelto di investire sugli open standard e su una strategia multicanale per favorire l'interazione diretta con la clientela. Punto di svolta è l'adozione della Service Oriented Architecture.

Grazie alla SOA, le applicazioni sono in grado di interoperare in maniera efficace e flessibile tra loro all'interno dell'infrastruttura e con l'esterno, assicurando una

risposta immediata alle esigenze del business. Le funzioni di virtualizzazione danno grande flessibilità all'intero sistema informativo e riducono drasticamente i costi di gestione e di sviluppo.

Per introdurre modifiche alle applicazioni, come nel caso dell'adeguamento a nuove normative, tutto è più semplice e veloce: con la SOA ogni componente dell'infrastruttura viene rappresentato un'unica volta e perciò richiede un unico intervento, sia per le modifiche sia per la manutenzione. Per la sua complessità il progetto dell'INPS si è sviluppato in fasi diverse: ha richiesto una definizione e un disegno preciso dell'architettura e dei servizi; l'orchestrazione dei servizi e delle applicazioni; una classificazione delle applicazioni che ne favorisce l'utilizzo e l'integrazione; la pubblicazione dei servizi per gli utenti interni. Ora è in corso la fase di pubblicazione agli utenti esterni. I vantaggi in termini di efficacia e flessibilità sono tangibili: l'infrastruttura è realmente in grado di essere on demand nei confronti delle esigenze di business dell'ente; i costi di gestione si sono ridotti, come pure quelli di sviluppo.

“ L'INPS, in collaborazione con IBM, ha avviato un progetto di consolidamento che si propone di integrare e ottimizzare le risorse e ha scelto di investire sugli open standard e su una strategia multicanale ”

ma informativo che deve essere necessariamente avanzato, integrato, potente e in grado di evolvere in funzione delle esigenze, oltre che disponibile 24 ore su 24, 7 giorni su 7.

## **I vantaggi della Service Oriented Architecture**

Tra gli obiettivi prioritari dell'INPS c'è quello di ottimizzare le operazioni per aumentare la flessibilità e ridurre i costi, ma soprattutto di essere in grado di fornire i propri servizi con un approccio realmente multicanale, così da consentire agli utenti di accedere alle informazioni in modalità eterogenee, con un



## Rockwell ha espanso il proprio software informativo

Rockwell Automation ha espanso il proprio software informativo plant-wide, comprendendo in tale sviluppo l'ampliamento delle offerte relative al sistema di esecuzione della produzione (MES), con architettura orientata ai servizi (SOA) e il progetto di riunire in una sola suite integrata - Rockwell Software FactoryTalk - le offerte di prodotti software della società. "Vista la crescente domanda da parte delle aziende produttrici di migliorare la qualità, ridurre i costi, incrementare la produttività e rispettare i requisiti di conformità, l'integrazione dei sistemi di produzione e aziendali non è più un lusso, ma un imperativo strategico - ha dichiarato Kevin Roach, Vicepresidente di Rockwell Software (Rockwell Automation) -. La suite di software FactoryTalk di Rockwell Automation riunirà le soluzioni attualmente offerte nel campo del controllo, della visualizzazione e della gestione delle informazioni con il MES. Rappresenterà inoltre un punto di partenza per lo sviluppo e l'acquisizione di ulteriori applicazioni altamente scalabili e rispettose delle norme, in grado di offrire ai clienti una maggiore comprensione delle operazioni produttive e di supportarli nell'applicazione di strategie aziendali per l'ottimizzazione della produzione".

## EasyNet: sempre qualcosa in più

"Ci impegniamo al massimo perché i nostri clienti diventino i nostri più appassionati sostenitori". Con queste parole **Sergio Barbonetti, Amministratore Delegato e Direttore Generale di EasyNet Italia**, conferma che la chiave del successo di EasyNet è la volontà di andare oltre il semplice dovere: "se questo significa salire su un aereo per visitare una sede di produzione, lo faremo. Ciò che contraddistingue EasyNet è la disponibilità a dare sempre qualcosa in più. Se è vero che nel nostro settore, come in numerosi altri, a parità di condizioni la differenza tra i vari concorrenti non è così elevata, il servizio clienti assume un ruolo strategico". Ed è proprio la migliore opportunità per distinguersi dalla competizione e sicuramente il metodo più efficace per fidelizzare i clienti, mentre il "passa parola" tra clienti soddisfatti si conferma uno dei sistemi più economici per ampliare il proprio business. "Il miglior servizio clienti è permeato dai valori generali dell'azienda e dal suo messaggio di brand, e si riflette in

ogni funzione dell'organizzazione e in ciascun Paese in cui opera - conclude Barbonetti -. Conoscenza, comunicazione e fiducia sono altrettanti fattori chiave alla base di una straordinaria esperienza da parte del cliente. Per noi il successo dei clienti è anche il nostro: per questo EasyNet offre un servizio clienti eccellente". Questa caratteristica ha convinto clienti come Avenance, Kartogroup, Kellogg Italia, Tchibo, Jamba!, Kohler Mira, Vedior, Diesel e Volvo.



## PartnerIncluded è Human Market Place

Creare una relazione tra offerta e domanda di beni e servizi mediante l'attività di uomini con una forte sensibilità commerciale: questa è la missione di PartnerIncluded. Si tratta di una piattaforma dedicata a tutti i partner (aziende o privati) che offre un metodo operativo per entrare in contatto con il mondo della domanda e dell'offerta creando business. La chiave è l'outsourcing, con una piattaforma che non ha alcun costo per il partner. Chiunque può utilizzarla, purché abbia come obiettivo la crescita nella comunicazione, nel marketing, nella commercializzazione di prodotti e di servizi sia su territorio nazionale sia internazionale, in modo da ampliare ulteriormente le possibilità di transazioni tra domanda e offerta.

[www.partnerincluded.com](http://www.partnerincluded.com)

## Trasparenza nei costi di noleggio operativo

Il noleggio operativo nell'informatica è relativamente giovane. Sembrava pensato solo per le grandi aziende, mentre probabilmente nel corso del 2007 si scoprirà che potrà coinvolgere anche le PMI. "Il noleggio operativo, come lo concepisce ECS - ha dichiarato **Massimiliano Molese, Business Developer Manager di ECS Italia** -, è uno strumento di estrema libertà. Infatti, il cliente si rivolge a noi per avere in primo luogo una grande flessibilità sull'infrastruttura informatica, ma soprattutto per evitare l'obsolescenza dei prodotti e liberare risorse finanziarie paralizzante su tematiche che non sono core business". In pratica, un'azienda passa dal possesso degli apparecchi informativi, computer, terminali e server, a un noleggio aperto, flessibile, che non impatta sui bilanci aziendali e non incide su ammortamenti e cespiti. Inoltre, l'azienda non deve preoccuparsi dei costi occulti dell'informatica, come avviene, per esempio, nel caso di aziende che hanno acquistato molte stampanti a basso costo che però, nelle spese

di cancelleria, vanno a gonfiare i conti con l'acquisto dei toner. "Il noleggio operativo è un costo deducibile dagli utili, come avviene per le auto, trasparente nei costi e che permette di fare un refresh tecnologico - ha proseguito Molese -. I nostri contratti sono di 36 mesi, mediamente, ma durante questo periodo il cliente è libero di effettuare dei cambiamenti, proprio per adeguarsi a nuove esigenze. Quindi, poniamo il caso di un'azienda con diversi computer portatili: nell'arco dei tre anni di contratto è facilissimo che vi sia una sostituzione dei modelli a 16-24 mesi. Noi ci facciamo carico di rivendere i notebook e di fornirne di nuovi, perché l'azienda nasce come broker di prodotti informatici". Quindi, ECS fornisce un servizio continuativo, con l'assicurazione del bene, l'assistenza tecnica e il reintegro del prodotto nei termini contrattuali. "Quando apriamo un contratto - ha continuato Molese - ci prendiamo in carico l'intero parco macchine del cliente, azzerando istantaneamente i costi. Si parte da zero, dopo di che c'è un perio-

### ECS

ECS aiuta le aziende a rendere più dinamici, ottimizzare e proteggere gli investimenti informatici. Leader europeo nel noleggio e nella gestione delle infrastrutture informatiche, ha un solo obiettivo: fornire soluzioni globali e modulari che rispondano alle necessità dei clienti.

do di tempo in cui il contratto di noleggio è aperto e quindi il cliente opera in piena libertà, scegliendo i modelli e le marche che preferisce. Solo alla fine di questo periodo pensiamo a contrattualizzare. In pratica, i contratti non scadono mai, si rinnovano, tanto che abbiamo un tasso di fidelizzazione enorme. I conteggi non vanno fatti sulla fine del contratto, ma si deve ragionare in termini di refresh tecnologico, che rende i contratti semplicemente vantaggiosi. Chiedo sempre ai clienti scettici se hanno mai noleggiato o acquistato un'auto, e quindi si riesce a spiegare la similitudine piuttosto in fretta". È sempre un problema culturale, in Italia, ma le cose stanno cambiando. "Oggi proponiamo dei contratti in cui siamo capaci di definire quanta percentuale del parco macchine si può cambiare ogni anno senza che cambino le tariffe - ha concluso Molese -, e questo è valido per le aziende che devono cambiare dei PC, piuttosto che dei server o delle postazioni ATM. Nel corso del 2007 avremo a portafoglio un'offerta per le PMI, con contratti di fornitura che andranno dai 500 ai 25 mila euro, visto che ci sono dei driver fortissimi, come VoIP o sistemi multifunzione. Il noleggio operativo, se ben pensato, può essere davvero vincente". E Basilea 2 offre, proprio per il noleggio, delle occasioni incredibili. Per tutti.



## Un "single point of contact" per l'ottimizzazione dei fornitori



Circa tre anni fa la rete dati di Aquafil si presentava come un'infrastruttura di comunicazione molto diversificata nella quale coesistevano linee CDN, leased line, sistemi frame relay e soluzioni ISDN. La presenza di numerosi provider, ciascuno incaricato di gestire singole aree o elementi dell'infrastruttura IT, contribuiva a complicare lo scenario creando, inoltre, sacche di inefficienza. Si trattava, quindi, di intervenire ottimizzando tecnologie e servizi, ma anche affidando a un unico fornitore qualificato la gestione organica di questo ambiente di comunicazione misto. Aquafil ha ritenuto che il suo parti-

colare progetto tecnologico si sposasse perfettamente con la cultura di Vanco, il Virtual Network Operator che si propone alle aziende come unico punto di contatto per la gestione end-to-end dell'intera rete. L'analisi dell'infrastruttura è stata interamente condotta dall'Italia anche per quanto riguarda le filiali estere, con il vantaggio di una più stretta collaborazione fra la società e il provider. Da questa analisi, avviata nell'ottobre 2003, è

emersa la necessità di ottimizzare la banda trasmissiva e si è individuata l'opportunità per Aquafil di beneficiare di notevoli efficienze nei costi di connettività, abbandonando le soluzioni a traffico per passare a tariffe flat. Il team Vanco ha individuato le migliori soluzioni di connettività locali attraverso il SAM (Supply Account Management). Si tratta di un servizio centralizzato che sfrutta la capillare presenza geografica dell'azienda per fornire le quotazioni nei diversi Paesi, sulla base delle migliori offerte disponibili localmente. Dal febbraio 2004 Vanco ha gestito completamente le diverse tecnolo-

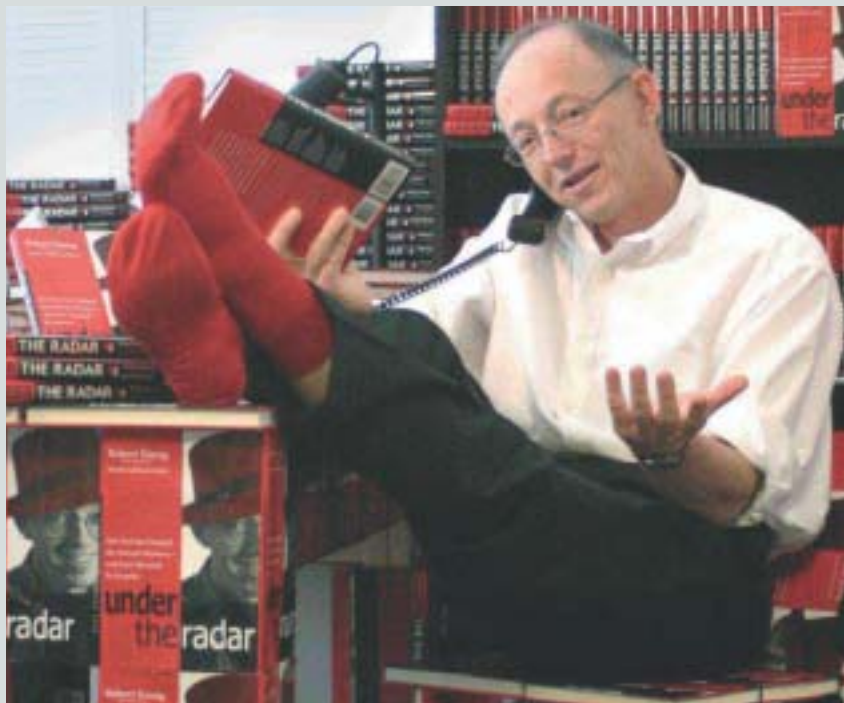
gie di networking e security prima affidate a più interlocutori, e a breve acquisirà anche la responsabilità di gestire l'applicazione ERP SAP funzionante sul network Aquafil. "Con Vanco abbiamo finalmente razionalizzato la gestione dei diversi fornitori e delle diverse problematiche, affidandola a un single point of contact che ci garantisce precisi livelli di servizio e costi chiari e prevedibili", ha precisato Paolo Zanada, Direttore ICT di Aquafil.

Durante questi due anni di collaborazione le aspettative iniziali sono state confermate. Inoltre, Aquafil ha apprezzato la gestione di Vanco, tant'è che lo scorso dicembre ha affidato all'azienda un'ulteriore ristrutturazione della rete dati che oggi presenta soluzioni di "active backup" in ogni sede e soprattutto ha esteso ad altri due anni la collaborazione con Vanco stessa.

### Chi è Aquafil

Società del gruppo Bonazzi, è un'azienda operante nel settore delle fibre sintetiche, dei polimeri e della chimica. Fondata nel 1956, si colloca tra i numerosi esempi dell'eccellenza italiana nel settore tessile: un risultato che scaturisce dalla sapiente combinazione fra tradizione e moderna visione imprenditoriale. Oggi opera attraverso tre divisioni dedicate: Carpet (BCF), Textile e Technopolimers, che nel 2005 hanno consentito alla società di raggiungere i 330 milioni di euro di fatturato, con 1.700 dipendenti.

## Un'idea rivoluzionaria per pubblicare, e non solo



Il suo creatore è stato anche uno dei padri di Red Hat Linux. Adesso promette di cambiare il mondo dell'editoria. Sebbene a rilento, il progetto di Bob Young sta decollando a livello mondiale e cavalca l'onda del Web come strumento di pubblicazione dei contenuti. "Il sistema editoriale funziona bene per i creatori di best seller - ha dichiarato Young -, probabilmente costruiti a tavolino dagli uffici marketing, ma non lascia spazio ai titoli che non promettono vendite nell'ordine dei milioni, a meno che non si tratti di editoria tecnica o specializzata. Molto spesso, gli editori si rifiutano di pubblicare, non perché il libro, il cd o le foto non siano validi o significativi, ma perché il titolo non ha un potenziale mercato". Così, attraverso il sito [www.lulu.com](http://www.lulu.com), ogni singolo utente ha la possibilità di inserire il proprio libro, cd, foto o altro, e di fare in modo che venga

scaricato, piuttosto che fatto stampare e consegnato a casa. Con un guadagno percentuale diretto ben preciso. "Non vengono ceduti diritti a Lulu e, detratte le spese di stampa, il guadagno è in larga parte dell'autore - ha proseguito Young -. Nell'editoria succede l'esatto contrario: all'autore resta una minima parte degli introiti. Inoltre, non sono necessari investimenti di marketing onerosi, perché basta comunicare che hai

pubblicato un libro a chi ti interessa. Questo è un caso per cui il lettore è anche editore e viceversa, nel senso che chi acquista i libri può anche scriverli". La libreria virtuale creata da [lulu.com](http://lulu.com) ha delle somiglianze con Amazon, perché anche qui gli utenti possono scaricare le opere e scambiarsi opinioni. L'autore che vuole utilizzare il servizio, può vedersi riconosciuta una quota sul venduto reale del libro e non vi sono soglie minime da raggiungere. Si può partire da un documento Word per costruire un libro, ma si possono anche realizzare calendari partendo dalle proprie foto, o cd musicali. "Noi ci occupiamo di minimizzare l'impegno degli autori - ha concluso Young -, per cui mettiamo a disposizione sistemi di stampa da qualsiasi standard di stesura dei testi, abbiamo procedure per la creazione di copertine in modo automatico e offriamo ogni altra possibilità. L'utente, poi, potrebbe decidere di fare scaricare i file gratuitamente, e noi (come del resto lui) non percepiremmo un centesimo. Ma è nella logica delle cose: è un sistema partecipato". Oggi il marketing ha addirittura coniato il termine Luluism, riferendosi a una filosofia politica che va oltre al capitalismo e al comunismo. Infatti, [lulu.com](http://lulu.com) permette ai lavoratori di possedere i mezzi di produzione invece di passarli alle aziende, ma, come per il capitalismo, permette al libero mercato di decidere e controllare il tutto. Una rivoluzione, vera e silenziosa.

### Chi è Lulu

Fondata nel 2002, Lulu rappresenta il principale mercato editoriale indipendente nel Web per il fai da te digitale. È l'unico luogo nel Web dove si può pubblicare, vendere e comprare qualsiasi cosa e tutto ciò che è digitale, libri, musica, fumetti, fotografie, film, ecc. Fornisce gli strumenti che lasciano il controllo del contenuto nelle mani delle persone che creano il contenuto. Lulu è un partner tecnologico, non un editore.

## Connettività a 360 gradi per le PMI

Siportal è una delle pochissime aziende a offrire garanzie sulle prestazioni dei prodotti di connettività ed è diventata leader nella fornitura di connessioni non vincolate alla linea telefonica Telecom. Del resto, una corretta ed efficiente connessione Internet rappresenta ormai una reale necessità per il flusso lavorativo quotidiano di ogni azienda, ma quando la trasmissione dati poggia su un'unica rete di connessione principale si corre sempre il rischio di rimanere "isolati". Siportal ha posto rimedio a questo limite logistico rispondendo con un servizio innovativo, che si rivolge alle PMI: una soluzione integrata di connettività multirete. "Sfruttando i nostri esclusivi accordi con i principali carrier nazionali - ha spiegato Stefano Saluta,

Responsabile Vendite di Siportal - si riesce a ottenere un risultato generalmente precluso a tutte quelle aziende che si sono legate a un solo fornitore di servizi wholesale. La nostra soluzione prevede due distinte reti di connessione, tra loro collegate, che apportano il vantaggio esclusivo di usufruire di più reti d'accesso su cui appoggiare le connessioni principali, distintamente dai relativi backup".

Il Collegio dei Geometri di Siracusa, al quale Siportal ha fornito questo servizio, ha la possibilità di lavorare su due connessioni contemporaneamente, con tutti i vantaggi di efficienza e velocità che questo comporta. Inoltre, quando una delle due reti presenta un problema tecnico, gli utenti vengono spostati sull'altra

### Chi è Siportal

Nato nel 2001, il Network Telematico Italiano Siportal è un punto di riferimento tra gli utenti e gli operatori del mercato Internet italiano. Nel 2002 ottiene dal Ministero delle Comunicazioni l'autorizzazione per offrire i servizi di accesso a Internet, iniziando ufficialmente la sua attività di Internet Service Provider (ISP). Siportal opera quindi sul mercato sfruttando principalmente i propri siti, che fruiscono tutti di modalità e-commerce e che vengono utilizzati direttamente dai clienti finali o dai partner che li usano per proporre ai loro utenti i servizi.

senza perdere un solo minuto di connessione.

L'ambito di applicazione di queste soluzioni riguarda, oltre all'ADSL (da 640 kilobit al secondo fino a 12 megabit), anche i servizi HDSL che vanno oltre i 2 megabit.

"Non solo - ha proseguito Saluta -, Siportal è anche in grado di proporre, tenendo debitamente conto delle condizioni presenti sulle singole città, reti e connessioni per ottenere la prestazione migliore e il minor rischio in caso di down delle connessioni principali". Come è stato fatto appunto per il Collegio dei Geometri di Siracusa: un servizio di connettività a 360 gradi volto a fornire potenti e innovativi strumenti che coinvolgono tutte le attività aziendali interne ed esterne. Insomma, una piattaforma che riunisce in un unico protocollo IP tutti i canali di comunicazione (voce, dati, video, fax, e-mail...) che competono alle sedi del Collegio, dislocate lungo il territorio, aumentando in tal modo efficienza, sicurezza e scalabilità e abbassando i costi globali di gestione e di consumo.



## Il peso della consulenza



Realizzare progetti in ambito tecnologico e applicativo è una delle attività di consulenza più consolidate a livello mondiale. Il problema è avere a disposizione capacità e competenze per governare i progetti, analizzando le criticità e le peculiarità, ma utilizzando al tempo stesso prodotti standard in fase realizzativa. "Da sempre Realtech offre consulenza sulla piattaforma SAP, da 10 anni in Italia, e sfrutta il rapporto di vicinanza tra le sedi delle due aziende in Germania" ha commentato **Angelo Benvenuti, Direttore Generale di Realtech Italia**. Sperimentazione e prototipazione: è questo il valore aggiunto di Realtech, unito alla capacità di ascoltare i clienti per poter sfruttare, nel migliore dei modi, gli applicativi realizzati da SAP. "Investiamo molto nell'acquisizione di competenze, nella formazione e nella sperimentazione delle innovazioni tecnologiche, soprattutto di piattaforma - ha proseguito Benvenuti -. Molte imprese, forse troppe, portano ancora le "cicatrici" di scelte tecnologiche

che effettuate in un passato recente. Solo oggi, in molti casi, hanno iniziato a comprendere che cosa realmente vogliono ottenere dalle soluzioni informatiche e come devono comportarsi i fornitori, sia in termini operativi, sia in termini di garanzie".

L'ultima frontiera cavalcata da SAP è l'Enterprise SOA, un'architettura che già oggi è realtà e che vede Realtech primeggiare a livello mondiale. "Abbiamo fatto un grande investimento per essere i primi a proporsi sul mercato come consu-

lenti in questo ambito - ha continuato Benvenuti - e ci siamo accorti che il mercato, ossia le imprese, sono particolarmente sensibili su questo fronte. NetWeaver permette di portare sul mercato degli applicativi innovativi, più semplici da far usare agli utenti, e soprattutto nuovi paradigmi". Il CRM, per esempio, sta attraversando una nuova fase di rivitalizzazione, da una parte perché le aziende hanno compre-

so quali sono le richieste da fare ai vendor informatici, dall'altra anche perché le soluzioni oggi sono molto più vicine alle esigenze e ai processi di business. "Per chi svolge il lavoro del consulente - ha concluso Benvenuti - è fondamentale essere di supporto ai clienti, al fine di scegliere le tecnologie, le piattaforme ma anche le implicazioni che possano soddisfare le esigenze di business. Le complessità dei progetti devono essere viscerate, al fine di rispondere in modo

“Sperimentazione e prototipazione: è questo il nostro valore aggiunto, unito alla capacità di ascoltare i clienti per poter sfruttare al meglio gli applicativi realizzati da SAP”

adeguato alle richieste che vengono poste, e Realtech è all'avanguardia proprio in questa fase: non interpreta semplicemente le esigenze, cerca di comprenderle a fondo".

### Realtech Italia

Realtech Italia è la filiale della multinazionale tedesca Realtech AG (quotata alla Borsa di Francoforte) ed è presente nel nostro Paese con uffici a Milano (Agrate Brianza), Roma, Torino, Padova e Avellino. Realtech conta oggi oltre 1.500 aziende clienti che hanno scelto la sua partnership a livello mondiale. Realtech è leader nella progettazione, nella realizzazione e nel governo di soluzioni IT innovative per la gestione dei processi di business aziendali e per il presidio dei sistemi informativi. L'eccellenza delle soluzioni proposte e la qualità dei servizi di consulenza fanno di Realtech una "NetWeaver Company" in grado di sviluppare insieme ai propri clienti le migliori risposte applicative e tecnologiche per tutte le esigenze di business.

## Colori sempre fedeli col nuovo monitor LCD professionale di BenQ

BenQ FP91R è il primo LCD della nuova Serie-R per uso professionale. Questo nuovo monitor è dotato di interfaccia OSD (On-Screen-Display), regolazione dell'altezza e rotazione dello schermo di 90° e di eccezionali prestazioni con colore standard sRGB, stabilità di colore e intensità in tutti i livelli di grigio. Integra, infatti, un dispositivo di compensazione della luminosità che calibra automaticamente la luminanza ottimale. Inoltre, un dispositivo di regolazione indipendente a sei colori permette ai professionisti di visualizzare colori corrispondenti a quelli realmente stampati. Fedeltà ulteriormente incrementata attraverso le 5 posizioni gamma che simulano gli effetti di colore dell'ambiente reale grazie a 13 diverse posizioni di temperatura di colore che possono variare da 4.000°K a 10.000°K, con scostamento di 200°K, per una maggiore accuratezza nella riproduzione cromatica e un miglioramento nella stabilità della resa colore.



## Con Edimax ogni stampante può diventare wireless

Consente di convertire in wireless qualsiasi stampante dotata di porta parallela. Con Edimax PS-1206PWg, gli utenti possono facilmente condividere la stampante connettendola semplicemente a una rete via cavo o wireless.

Anche per gli ambienti SoHo, PS-1206PWg è facile da configurare, grazie all'installazione guidata basata su Windows e può essere configurata attraverso qualsiasi rete client che supporta il browser Web. Grazie alla compatibilità con reti wired Ethernet 802.3, 802.3u e lo standard wireless 802.11g/b con una velocità di rete fino a 54Mbps in modalità wireless. Questo modello supporta la stampa peer-to-peer

(TCP/IP/IPX/NetBEUI/AppleTalk) e Server-Based (Novell, NetWare e Windows) e fornisce una modalità di stampa completa

che comprende le funzioni LPR, IPP, SMB/TCP, Raw Printing e Unix Logical, consentendo così agli utenti di scegliere la migliore modalità di stampa a seconda delle specifiche esigenze.



## HP iPAQ rw6815: l'assistente di lavoro portatile

Si distingue per le dimensioni ridotte ma offre elevate prestazioni in termini di connettività e funzionalità. Il nuovo HP iPAQ rw6815 Personal Messenger è l'ultimo pratico PDA con funzionalità avanzate quali: possibilità di sincronizzare automaticamente calendario, contatti, agenda ed e-mail via rete GSM grazie alla tecnologia Direct Push, mantenendo memorizzati gli appuntamenti, i numeri telefonici e l'agenda. Inoltre, l'applicativo Microsoft Office consente agli utenti di leggere presentazioni, fogli di calcolo e documenti per essere sempre produttivi e aggiornati in qualsiasi luogo. Infine, anche per i momenti di svago, le funzionalità di entertainment soddisfano le esigenze di chi vuole ascoltare musica, vedere video o scattare fotografie con la fotocamera HP Photosmart integrata.





## Waitec Shining LCD TV: alta definizione in grande formato



Affascinanti, completi e moderni, tutti i nuovi modelli LCD TV Waitec Shining sono studiati per rendere al meglio con le trasmissioni ad alta definizione HDTV. Tutti i grandi TV Waitec, disponibili nei diversi modelli da 37", 42" e 47", infatti hanno schermo ad alta risoluzione (con interfacce HDMI per una semplice connessione con il massimo della qualità video), e ottemperano allo standard HDCP (High-bandwidth

Digital Content Protection). La risoluzione Full HD di 1920x1080 con eccezionali valori di contrasto e luminosità e un tempo di risposta di soli 8ms consentono ai nuovi televisori Waitec Shining di regalare colori sempre nitidi e brillanti, immagini in movimento straordinariamente definite a garanzia della migliore qualità di visualizzazione anche con film su DVD, eventi sportivi e giochi di ultima generazione, oltre a essere già pronti per l'avvento della nuova risoluzione video e HD DVD. La ricca dotazione di ingressi video permette, inoltre, di collegare contemporaneamente diverse tipologie di sorgenti video come, per esempio, lettori DVD, videocamere, videoregistratori, PC e qualsiasi sorgente video a qualsiasi risoluzione.

## Batterie sempre cariche con i kit Tumi dedicati ai viaggiatori

Soprattutto per chi viaggia all'estero, Tumi presenta due utili kit portatili per ricaricare i propri dispositivi elettronici anche lontano da casa. L'adattatore multiplo è dotato di un caricatore USB in grado di rilevare e convertire automaticamente la corrente a 110 e a 220 volt in corrente in uscita a voltaggio



universale (5,0 volt), che rappresenta ormai lo standard elettrico per telefoni cellulari, macchine fotografiche e altri apparecchi portatili. Il kit comprende anche una presa per accendisigari e un cavo estraibile da 27 pollici (68,5 cm) che si collega al caricatore USB, interfacciabile con tutti gli altri connettori che lo rendono compatibile con molte altre marche e modelli di telefoni, macchine fotografiche e PDA.

## My Book Pro Edition II, 1TB di dati nel libro di Western Digital

È una soluzione ideale per piccole realtà aziendali che gestiscono grandi quantità di contenuti. Si presenta in un case dal design elegante a forma di libro. My Book Pro Edition II è il nuovo dispositivo storage, prodotto da Western Digital, in grado di immagazzinare fino a 1 terabyte (1TB) di contenuti digitali in tutta sicurezza. Infatti, My Book Pro Edition II può essere impostato in modo da riservare metà della sua capacità al mirroring in tempo reale dei dati utente con l'utilizzo della tecnologia RAID 1, modalità che garantisce l'integrità dei dati grazie al backup in parallelo su due dischi diversi. Le elevate prestazioni di My Book Pro Edition II lo rendono ideale per l'utilizzo in applicazioni avanzate quali l'editing di diversi flussi video, senza che si perda o venga rallentato alcun frame. Oltre alla capacità di 1TB e a due diverse opzioni RAID (1 e 2), il nuovo sistema offre tre interfacce USB 2.0, FireWire 400 e FireWire 800.



## Prestazioni e design per i nuovi PC business Acer Veriton 1000

Sono in grado di aumentare significativamente l'efficienza e la produttività di grandi utenti e piccole-medie imprese. La serie di PC desktop professionali Acer Veriton 1000 Small Form Factor è stata progettata specificamente per utenze business. Quel che colpisce subito sono le dimensioni, contenute in appena 3 litri di volume fisico, con una superficie più piccola di un foglio A4. Questa nuova linea di desktop professionali Acer fornisce il massimo della produttività e della sicurezza con il minimo del surplus. Le prestazioni, appunto, sono garantite dalla tecnologia Intel vPro che integra il chipset Intel di ultima generazione Q965G Express, capace di incrementare le prestazioni generali del sistema ottimizzando l'ampiezza di banda disponibile e la scheda grafica Intel Graphics Accelerator 3000. I Veriton 1000 possono contare su affidabili hard disk Serial ATA con capacità fino a 400 GB che operano a 3GB/s permettendo, quindi, una ancora maggior velocità di trasferimento dati e il massimo della protezione.



## Wireless outdoor con Atlantis Land FlyBoost

Atlantis Land si conferma brand fortemente attivo e orientato all'innovazione introducendo la famiglia FlyBoost, costituita da prodotti che offrono soluzioni per il wireless outdoor, pensata e progettata per rispondere alle esigenze dei Wireless Internet Service Provider e di tutti gli operatori del mondo wireless outdoor. Una serie di prodotti utili a portare connettività wireless in posti non raggiunti da servizi ADSL (per esempio, piccole comunità) o per realizzare WLAN aziendali, network di videosorveglianza o link punto-punto. La famiglia FlyBoost è in grado di fornire soluzioni complete, e comprende una serie di prodotti utilizzabili in ogni applicazione. FlyBoost HS302 è un hot spot che consente una completa gestione degli utenti senza l'ausilio di altre apparecchiature. A questo si aggiunge l'access point FlyBoost AP301, dotato di un set completo di funzionalità di traffic shaping per ottimizzare il flusso di dati.



## Mio MH610, più di un semplice navigatore satellitare

È l'ultimo prodotto, in ordine di tempo, della vasta gamma di prodotti GPS di Mio Technology e ha ricevuto il premio di International Design, assegnatogli dall'IF Design Committee in Cina, affermandosi come uno dei prodotti GPS più eleganti e all'avanguardia presenti oggi sul mercato. Mio MH610 è un navigatore satellitare leggero, dotato di touch screen da 2,7" e nuovo software di navigazione Mio Map v3 e con le mappe Tele Atlas di 24 Paesi europei. In aggiunta alle caratteristiche standard di un navigatore satellitare portatile, Mio MH610 comprende anche la navigazione cross-country, le segnalazioni delle postazioni fisse autovelox e la modalità per utilizzarlo a piedi e in bicicletta. Oltre alle funzionalità GPS, che rappresentano il top della gamma, il Mio MH610 è anche visualizzatore di foto, lettore mp3, riproduttore video e contiene numerosi giochi. Include anche un utile software WorldMate pre-installato per informazioni locali sul meteo, conversione valuta in tempo reale, misure, prefissi telefonici. Il Mio MH610 può contenere oltre 1 GB (espandibile a 4GB tramite memory card SD o MMC) di foto, musica e video nella memoria interna.



## Canon Powershot G7, qualità reflex in dimensioni compatte

Adatto al fotografo e all'appassionato, segna il confine tra reflex digitale e compatta ad alte prestazioni. Canon PowerShot G7 è una fotocamera professionale a ottica fissa, in molti casi preferibile alle reflex soprattutto in quanto a portabilità. La nuova fotocamera Canon dispone di un sensore da 10 megapixel, obiettivo con zoom 6x stabilizzato e del nuovo processore d'immagine DIGIC III. Incorpora due nuove tecnologie Canon: il Face Detection AF/AE capace di rilevare i volti presenti nell'immagine e ottimizzarne la messa a fuoco e la Noise Reduction Technology per la riduzione del rumore e sensibilità estesa a 1600 ISO, per ottenere foto nitide anche in ambienti con scarse condizioni di luce. Infine, PowerShot G7 è compatibile con i flash della gamma Speedlite grazie alla slitta accessori con contatti dedicati e lenti di conversione (opzionali). Infine, le funzioni video avanzate permettono di riprendere ad alta risoluzione XGA (1024 x 768 pixel) a cadenza di 15 fps con audio. È anche possibile registrare in VGA e QVGA a 30 fps video più fluidi.



## Evobook Light, il notebook ultra-compacto per una mobilità totale

Evobook Light, è l'Ultra Mobile PC studiato per chi ha necessità di avere un vero e proprio notebook sempre con sé, senza rinunciare a un design elegante e raffinato, in uno stile totalmente innovativo. Ultracompatto e leggerissimo, solo 228mm x 146mm x 25.1mm in 850g di peso, Evobook Light è ultra maneggevole, presenta una



linea essenziale di colore nero lucido. Dotato di sistema operativo Origami e processore VIA Eden NaNo da 1 GHz, hard disk da 40GB, memoria soDIMM da 512MB, estendibile fino a 1GB, Video RAM VIA VN800, altoparlanti integrati e 2 porte USB 2.0, Evobook light permette di contenere tutta la tecnologia del notebook in un palmo di mano. Anche dal punto di vista della connettività offre grandi potenzialità grazie alla connessione Wi-Fi e Bluetooth integrati. Evobook Light presenta, inoltre, un'interfaccia semplice e intuitiva, grazie al suo schermo TFT LCD Touch Screen da 7" con risoluzione 800 x 480 pixel e zoom fino a 1024 x 600 e ai tasti funzione programmabili posizionati sul fronte, che garantiscono la massima velocità di utilizzo ovunque e in qualunque momento.

## Sempre connessi con il nuovo smartphone di HTC

Sottile ed ergonomico, TyTN è il nuovo smartphone di HTC che fornisce un'ampia gamma di avanzate funzioni offrendo la possibilità all'utente business di portare in tasca tutta la potenza degli strumenti di lavoro dell'ufficio anche in movimento. Funzionalità fondamentali per il business racchiuse in un apparecchio che offre la soluzione definitiva per la connettività: tri-band UMTS 3G, che permette agli utenti di viaggiare in Europa, Stati Uniti e Asia, oltre a GSM, GPRS, EDGE, Wi-Fi, Bluetooth e una porta mini-USB che rendono semplice il trasferimento dati, ovunque e in qualsiasi momento. Progettato per semplificare al massimo le funzioni di messaggistica, TyTN è dotato della tecnologia Windows Mobile 5.0 Direct Push Email, navigazione Internet, sincronizzazione con il calendario Microsoft Outlook, contatti ed e-mail e capacità di lavorare con applicazioni della suite Microsoft Office come Word, Excel, Power Point e visualizzatore di documenti PDF. TyTN dispone di un'ergonomica tastiera QWERTY a scomparsa e di uno schermo touch-screen a colori da 2.8 pollici. Tra le caratteristiche vi è il comodo jog wheel, per un utilizzo semplice, anche con una sola mano.



## Otello Azzali

### Vice President del CdA di ATON SpA per il mercato italiano

ATON ha annunciato la nomina di Otello Azzali a nuovo Vice President del CdA per il mercato italiano. In questo ruolo Azzali, che proviene da significative esperienze presso alcune tra le principali realtà a livello nazionale e multinazionale, darà nuova enfasi al percorso di internazionalizzazione di ATON SpA e incentiverà la sua crescita sotto il profilo sia dell'innovazione tecnologica, sia del livello di consulenze offerte ai propri clienti.

Azzali ha iniziato la sua carriera nel 1982 come Responsabile Controllo di Gestione e Sistemi Informativi in Amadori e successivamente ha ricoperto il medesimo ruolo in Salvarani fino al 1991, anno in cui è diventato Direttore Commerciale dell'azienda, ristrutturandone la rete di vendita italiana.

Nel 1997 entra in Intermec Technologies con la carica di Direttore Generale fino al 2000, quando diventa Regional General Manager Southern Europe.



## Mauro Carettoni

### Key Account Manager per la divisione ISP di LG Electronics



LG Electronics Italia nomina Mauro Carettoni come nuovo Key Account Manager per la divisione ISP (Information System Products).

In LG Electronics, Carettoni seguirà alcuni distributori dislocati sul tutto il territorio nazionale, gestendo le attività di vendita verso questi ultimi per prodotti dell'area informatica quali monitor, masterizzatori, notebook e USB flash drive.

Mauro Carettoni proviene da un'esperienza lavorativa, maturata nel settore informatico, che ha inizio nel 1983.

Negli ultimi quattro anni ha ricoperto il ruolo di Responsabile della distribuzione all'interno della Business Unit Peripherals di Acer.

## Daniele De Grandis

### Country Manager Italia di HTC Europe

Daniele De Grandis è stato nominato nuovo Country Manager Italia di HTC Europe, diventando il responsabile della presenza e dello sviluppo di tutte le operazioni di HTC in Italia. Nato nel 1965, De Grandis ha maturato 18 anni di esperienza nell'industria delle telecomunicazioni, operando nel settore Marketing e Vendite di aziende internazionali. Esordisce nel 1988 in Alcatel Italia, dove si occupa prevalentemente di marketing di prodotto. Il 1994 vede il suo ingresso in Nokia Italia come Account Manager, esperienza molto importante alla luce del suo successivo incarico in Ericsson, dove ricopre per quattro anni la carica di Sales Director.

Con la nascita nel 2001 della joint venture SonyEricsson, De Grandis viene nominato Direttore Marketing della nuova azienda, studiando gli strumenti più efficaci per imporre un nuovo brand sul mercato.



## Giorgio Grasso

### Direttore delle Risorse Umane di CA



La filiale italiana di CA ha annunciato la nomina di Giorgio Grasso a Direttore delle Risorse Umane. In questo ruolo, Grasso sarà responsabile della gestione e sviluppo delle relazioni con il personale, della formazione aziendale, delle attività di selezione e assunzione e della realizzazione di programmi in linea con le direttive della casa madre. Grasso, 42 anni, vanta una consolidata esperienza nel campo della gestione delle Risorse Umane all'interno di diversi settori, tra i quali la grande distribuzione organizzata, il food and beverage e l'informatica. Laureato in giurisprudenza presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, inizia la sua carriera presso il Gruppo Gemeaz Cusin, attivo nella ristorazione collettiva e nell'emissione di titoli di servizio (Ticket Restaurant). Dal '96 al '98 è Human Resource Manager di Coca Cola Bevande Italia. Successivamente, Grasso occupa analogo posizione in Friskies Italia (Gruppo Nestlé). Nel 2000 fa il suo ingresso in Software AG Italia, dove ricopre la posizione di Responsabile Risorse Umane.

## Gianluca Baini

### Global Account Director Vodafone Europe & Mature Markets di Lucent Technologies

Gianluca Baini è stato nominato Global Account Director Vodafone Europe & Mature Markets di Lucent Technologies, incarico che prevede - oltre alla gestione delle attività commerciali verso "One Vodafone" - anche quelle relative a Irlanda, UK, Germania, Olanda, Italia, Grecia, Spagna e Portogallo. Oltre al nuovo ruolo internazionale, Baini fa parte del board di direzione di Lucent Italia. Direttore Commerciale per Vodafone Global dal 2004, Baini ha precedentemente ricoperto l'incarico di Direttore Commerciale per Vodafone Omnitel e H3G in Italia e di Direttore Commerciale per Vodafone Sud Europa. Prima di approdare a Lucent, Gianluca Baini ha lavorato in Microdesign srl, dove si è occupato di progettazione SW, per poi passare in Alenia Spazio, società del gruppo Alenia-Finmeccanica, gestendo attività di progettazione di apparati di bordo per satelliti di telecomunicazione e dove ha ricoperto il ruolo di Program Manager in numerosi programmi ESA, Eutelsat e Intelsat.



## Stéphane Deruelle

### Regional Director di Wind River per il Sud-Ovest europeo

Wind River, il leader globale di soluzioni di DSO (Device Software Optimization), annuncia la nomina di Stéphane Deruelle a Regional Director per il Sud-Ovest europeo. Deruelle si occuperà dello sviluppo delle attività di business di Wind River per i mercati di Italia, Francia, Spagna, Grecia e Portogallo, con la responsabilità di far crescere le quote di mercato dell'azienda per le soluzioni Linux nei settori telecomunicazioni e consumer electronics. Con 15 anni di esperienza come Sales Manager in Francia e in altri Paesi europei, prima di approdare a Wind River Deruelle ha ricoperto per 5 anni la posizione di Direttore per l'Europa Occidentale di Montavista Software, un'azienda che fornisce soluzioni Linux per i mercati delle telecomunicazioni e dei sistemi embedded. In precedenza, ha lavorato presso Integrated Systems, dove ha ricoperto diversi ruoli fino a diventare Direttore per il Sud Europa.



## PC o frigoriferi?

È ormai noto da tempo nel comparto che i Personal Computer, siano essi desktop o notebook, sono considerati a tutti gli effetti delle commodity. I più recenti lanci di linee di prodotto non fanno altro che confermare questa considerazione. Le componenti sono pressoché uguali, le configurazioni cambiano di poco, e le aziende produttrici delle componenti (quelle che fabbricano schede madri, video, memorie, processori, per intenderci) sono pochissime e tendono ad aggregarsi. Ecco quindi che per le imprese acquistare o rinnovare il proprio parco macchine somiglia sempre di più al rinnovo della flotta di automobili aziendali. Più belle e rappresentative per la dirigenza e via via a scendere per gli altri. Questo fattore è rilevabile anche dall'espansione della formula del leasing in entrambi i mercati. Ma se il PC è una commodity, quali sono le discriminanti per la sua scelta? Il rapporto prezzo/prestazioni? Il grado di personalizzazione? La tempistica di consegna? L'assistenza post vendita? La facilità di implementazione all'interno della rete aziendale? Probabilmente un mix di questi fattori, ma sicuramente non più le caratteristiche intrinseche del PC stesso. Infatti, ormai i desktop aziendali hanno caratteristiche analoghe, mentre qualche diversità esiste ancora nei notebook per giustificare il prezzo di vendita e la scelta della mobility come desktop replacement. Però, soprattutto per questi ultimi, il discorso economico si fa più stringente. Nel mondo, le aziende produttrici di componentistica si contano

sulle dita di una mano. Questo fa sì che, pur assemblati in configurazioni diverse, i notebook siano sostanzialmente uguali, portando anche in questo comparto la discriminante sul prezzo e sull'assistenza post vendita. Quello che li differenzia è, in molti casi, il design dello chassis. Come un frigorifero. Si sceglie la capacità in litri, il design, e l'assistenza post vendita. Triste, ma vero. Ora, i grandi brand dichiarano che non inseriscono più grandi innovazioni e tecnologie perché gli utenti non intendono pagare una maggiorazione di prezzo per queste. E loro non intendono produrre PC che rischierebbero di rimanere invenduti.

Probabilmente è vero. Oppure, i PC attualmente sul mercato rispondono in misura soddisfacente alle esigenze di chi li usa. Certo è che anche i trend di contingenza indicano che il comparto notebook sta rallentando, seppur di poco, la sua crescita. Probabilmente, entro pochi anni l'andamento del PC portatile sarà simile a quello attuale dei desktop, come è fisiologico tra le commodity. Riponiamo grandi speranze nel tablet PC, l'unico prodotto in grado di portare una vera evoluzione, sia di processo sia di utilizzo. Basta che le aziende produttrici si occupino anche dei decimali di market share. Per cominciare.

