

EDITORIALE

Innovazione, motore di sviluppo per l'occupazione

di Francesco Chiappetta

Il circolo virtuoso che lega formazione, ricerca ed occupazione è l'unico scenario possibile per creare posti di lavoro qualificati, contribuendo alla crescita economica nazionale. Il paradosso dei disoccupati italiani, in special modo giovani, contrapposti agli immigrati che ogni anno trovano lavoro nel nostro Paese, è solo apparente.

Nella ricerca del lavoro, è ovvio che gli studi compiuti condizionano le scelte individuali, tranne i casi di estremo bisogno, rari in Italia dove la famiglia costituisce un ammortizzatore sociale efficiente. Avviene quindi che il giovane che non riesce ad inserirsi in un contesto coerente al suo livello culturale preferisce continuare la ricerca piuttosto che accettare un impiego di minore qualificazione.

L'occupazione, riferendosi in particolare ai giovani laureati e diplomati, è direttamente associata alla validità del sistema formativo e agli investimenti in ricerca e sviluppo del sistema - paese. Oggi scuola



e università devono diventare più selettive per preparare i giovani agli impegni del mondo del lavoro, che richiede know-how ampio ed aggiornato.

Nel contempo, se non si investe nel futuro, ovvero in Ricerca & Sviluppo, i prodotti / servizi diventano rapidamente obsoleti e sono superati dalla concorrenza internazionale, ponendo l'impresa nelle condizioni di rincorrere la riduzione dei costi produttivi come unica leva per rimanere sul mercato. In tale prospettiva, l'azienda assume solo chi produce (operai) e chi vende (agenti), e quindi non vi è alcuno spazio per chi ha una formazione elevata.

Lo Stato, per incrementare l'occupazione, specie dei giovani, deve investire in innovazione e in ricerca: finanziando i migliori progetti delle Università, degli enti e delle imprese private che si impegnano per migliorare il futuro del Paese.

INDICE

EVENTI

Giornate della Creatività e dell'Innovazione

EVENTI

Bye Bye Cash, un evento contro l'uso del contante

MARKETING

Co-marketing e guerrilla per Honda Civic

SPAZIO GIOVANI

I giovani incontrano il Ministro della Salute

INNOVAZIONE

Cloud & ICT as a Service: fuori dalla nuvola!

INNOVAZIONE

Nasce Confindustria Digitale

EVENTI

Giornate della Creatività e dell'Innovazione

di Andrea Chiappetta

Nuova edizione dell'evento promosso dal dipartimento 'Innovazione e Impresa' della Provincia di Roma, per dare spazio e visibilità a chi propone iniziative innovative, di qualsiasi natura: dal sistema di apprendimento dell'inglese attraverso la danza al portale per il baratto di beni e servizi; dall'agenzia specializzata nella pubblicità sui social network alla web radio social i cui contenuti sono gestiti dagli ascoltatori; dalle biotecnologie per conservare i beni culturali al sistema che rende interattive le vetrine dei negozi.

Lo spirito della manifestazione è stato ben illustrato dal presidente della Provincia di Roma, Nicola Zingaretti:

"L'obiettivo che ci siamo posti sin dal 2009 è quello di contribuire a costruire un sistema in cui imprese e Centri di ricerca si parlino, in cui le idee creative diventino azione imprenditoriale, in cui i

Centri del sapere e dell'innovazione vivano dentro il tessuto produttivo e siano attori dello sviluppo. Abbiamo così aperto tanti cantieri per anda-

re verso questa direzione: RomaCreativa, un portale dedicato e il Fondo per la creatività".

Nei quattro giorni di dibattiti ed incontri si terrà anche la premiazione di InnovAction Lab 2011, il corso-concorso per l'emersione di idee innovative, tenuto dall'Università degli Studi di Roma Tre, con il sostegno della Provincia di Roma, e l'ADD Festival Arti Digitali Duemilaundici.

Il programma completo è al seguente link:
<http://www.provincia.roma.it/news/al-macro-dit-testaccio-le-giornate-della-creatività-e-dell'innovazione-della-provincia-di-roma>



23.06 • h 14.00/20.30

InnovActionDay

l'Università Roma 3 e la Provincia di Roma premiano i migliori progetti di InnovActionLab
 info www.innovactionlab.org



InnovActionLab
 Innovation in action

24.06 • h 15.30/20.30

RomaProvinciaCreativa • Giornata della Creatività

incontri e riflessioni sulla creatività nell'area metropolitana di Roma
 info www.romaprovinciacreativa.it



23>26.06 • h 16/24

ADD • Festival Arti Digitali Duemilaundici

info www.addfestival.com



EVENTI

Bye Bye Cash, un evento contro l'uso del contante

di Annalisa Mancini

Il 21 giugno in Italia si celebra il No Cash Day, prima giornata contro l'uso del contante, patrocinata dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri e dal Ministero dello Sviluppo Economico e sponsorizzata dal circuito di pagamento internazionale MasterCard.



*La prima giornata
contro il denaro contante*

Al suono dello slogan *'Il 21 giugno, se puoi, evita di usare il contante!'*, gli organizzatori spiegano perché. Le banconote sono costose (la loro gestione costa in Europa 50 miliardi all'anno, di cui 10 spesi in Italia), falsificabili, favoriscono l'evasione, sono veicolo di batteri, deteriorabili e si smarriscono facilmente.

Come se non bastasse, inquinano (attualmente ne circolano oltre 13 miliardi e 600 milioni, insieme a 91 miliardi e oltre 800 milioni di monete che valgono, in totale, quasi 22 miliardi di euro e che formerebbero, messe una sopra l'altra, una pila lunga come 4 volte la circonferenza della terra).

Il nostro Paese è il fanalino di coda in Europa per uso del denaro elettronico e virtuale. Si comprende bene il perché: tempi lunghi (fino a 6 giorni lavorativi, ben oltre la media europea) e costi alti per i bonifici interbancari, tempi ugualmente lunghi per l'accredito dei pagamenti a mezzo assegno.

Pochi ancora gli esercenti convezionati con mezzi di pagamento elettronici (bancomat e carte di credito), sempre a causa dei costi di commissione. Agli ostacoli frapposti dal sistema bancario si aggiungono la naturale diffidenza degli italiani verso l'e-payment e la convenienza del contante in termini di evasione fiscale (che in Italia ammonta al 54,6% del reddito imponibile totale, secondo i dati forniti dagli organizzatori).

Secondo una ricerca svolta da Alter Ego su un campione di 386 intervistati, il 52,1% degli italiani dichiara di usare il contante per mancanza di abitudine e il 13,7% evita la moneta elettronica per il timore di frodi. Il 37% dichiara di preferirlo per controllare meglio le proprie spese, il 28,8% per la semplicità d'uso e il 12,3% per la velocità dell'operazione di pagamento.

MARKETING

Co-marketing e guerrilla per Honda Civic

di Annalisa Mancini

Con il claim “Guidare è di nuovo divertente”, Honda ha lanciato una campagna di co-marketing con Crunchy Os’, uno dei più diffusi brand dei corn-flakes, sviluppando un evento di guerrilla marketing di grande impatto.

La creatività e l'attento studio alla psicologia del cliente hanno prodotto un advertising non convenzionale che dovrebbe essere portato ad esempio come modello di approccio innovativo al consumatore.

L'installazione, posizionata davanti al Vancouver Art Gallery, è costituita da una scatola di cereali alta quasi sei metri, da cui fuoriescono maxi cereali (di materiale plastico) e una vettura Honda Civic. Dinanzi ad essa, uno sticker con il testo: “driving is fun again”.

I creativi canadesi dell'agenzia Dare hanno ricordato che - anni fa - le aziende inserivano "sorpresine" giocattolo nelle confezioni di detersivi, merendine e cereali. I bambini che allora "convinsero" con



i loro capricci le mamme ad acquistare il prodotto con la sorpresa, oggi sono adulti a cui piace ricordare l'emozione dell'apertura della scatola e della "scoperta" del giocattolo. Un format emozionale che richiama l'infanzia e i giochi di un tempo e che predispone all'attenzione verso il messaggio pubblicitario.

L'effetto passaparola generato dalla piacevole rievocazione del passato e dalla diffusione di immagini - ricordo scattate dai passanti, è stato amplificato dalla pubblicazione su YouTube di un filmato con le fasi salienti della “costruzione” della installazione. In tal modo un'attività preparatoria dell'installazione è diventata parte integrante della campagna pubblicitaria, trasformandosi in un “evento” sul web. Infine, il co-branding con il brand di cereali ha consentito di tagliare nettamente i costi di realizzazione: una visione globale dell'advertising che evidenzia un nuovo e più sensato approccio da parte delle agenzie.



SPAZIO GIOVANI

I giovani incontrano il Ministro della Salute, on. Ferruccio Fazio

di Federica Chiappetta

C'è fermento. Sono le 20 e 30 e sull'anticamera della sala, da sempre riservata ogni martedì al Rotary Parioli, c'è più gente del solito.

Un interclub del Rotary Parioli con il Roma Eur, Roma Colosseo e Roma Nord, che vede come ospite d'eccezione il Ministro della Salute l'On. Ferruccio Fazio. C'è uno strano brusio e un affacciarsi a prendere posto per cercare di stare nella sala principale e riuscire a vederlo.

Lui, Ferruccio Fazio, un volto prestatato alla politica, un uomo che cede alle luci dei riflettori solo in casi di necessità e che, nel panorama nazionale e internazionale spicca per le sue capacità di tecnico dell'ambiente medico.

Arriva, con un leggero ritardo di cui, elegantemente aveva avvisato il socio che ha fatto da tramite per averlo come ospite, il Prof. Francesco Chiappetta.

Inno alle bandiere e inizia il cerimoniale, un ossequioso silenzio che mette il nostro ospite a proprio agio. Durante tutta la cena un susseguirsi di sguardi rivolti al tavolo presidenziale per osservare il noto ospite intrattenersi con i vari presidenti, un interruzione prima del dolce per la sua relazione sul tema "il piano nazionale sanitario dal 2011 al 2013" e per lasciare più spazio alle domande, che come si sospettava, sono state numerose.

Il Ministro Fazio, come anticipato dal socio "presentatore", il Prof. Franco Chiappetta, non ha bisogno di presentazioni, se non lo scrupolo di ricordare la sua fama nazionale e internazionale e un numero invidiabile di pubblicazioni e incarichi istitu-



zionali, gode di un italiano fluente e di voce ferma, alternata da un lieve accento nordico che emerge solo in qualche espressione più conviviale. Ha esposto quello che è, per grandi linee, il piano nazionale sanitario per i prossimi 2 anni fra novità normative e linee guida su alcuni dei temi principali: anziani, incremento demografico, farmaci e farmacie, un intervento ricco di dati statistici precisi che non gli sfugge di ricordare, per poi arrivare, dopo un fragoroso applauso, al momento delle domande.

Domande a lui rivolte, per lo più, da un cospicuo numero di "esperti del settore" presenti in sala che hanno chiesto delucidazione sulla posizione italiana rispetto agli altri stati europei, sulla liberalizzazione dei farmaci da banco, sull'omogeneità che si punta ad avere nelle varie regioni italiane e molto altro.

Una valletta d'eccezione per passare il microfono, ha smesso di fluttuare per tutta la sala dopo un'intera ora di domande e risposte. Suona la campana e, nonostante il dispiacere di alcuni ospiti che non hanno visto esaudire il loro desiderio di sapere, un lungo applauso per il gradito ospite, Ministro della salute, che con particolare entusiasmo si è prestatato ad alcune foto che immortalavano il doveroso scambio di gagliardetti fra presidenti di club e lui stesso.

Una percentuale altissima di commenti positivi, dovuti soprattutto dall'idea di austerità, spesso riconducibile al Ministro Fazio, che in questa sede, da lui riconosciuta come "conviviale", ha disatteso.



INNOVAZIONE

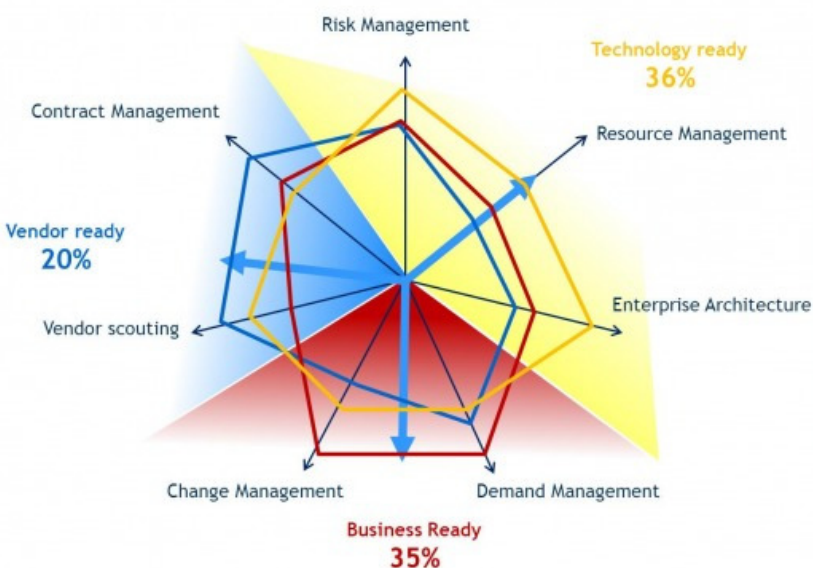
Cloud & ICT as a Service: fuori dalla nuvola!

di Francesca Vespignani

E' destinato a cambiare il modo di fare IT. Parliamo del Cloud computing, che nel nostro Paese ha acquistato un peso crescente a livello sia di PMI sia di P.A., grazie a un ruolo legato a vantaggi non esclusivamente tecnici ma che si declinano in termini di benefici finanziari e flessibilità. I dati provengono dall'Osservatorio Cloud & ICT as a Service, promosso dalla School of Management del Politecnico di Milano, che lo scorso 11 maggio ha presentato, nel corso del convegno **"Cloud & ICT as a Service: fuori dalla nuvola!"**, i risultati della ricerca 2011.

La ricerca si è concentrata sulle aziende italiane di grandi dimensioni, coinvolgendo complessivamente 168 responsabili dei Sistemi Informativi e i principali *player* dell'offerta. L'obiettivo era analizzare l'impatto del Cloud sulle organizzazioni per individuare gli elementi di reale innovazione e le opportunità per le aziende, insieme alle modificazioni che si potranno avere nell'architettura dei Sistemi Informativi aziendali, come conseguenza dell'approccio Cloud.

Il Cloud per l'azienda si traduce in una scelta, vir-



tualmente senza limiti, di servizi che evolvono continuamente e con cui disegnare sistemi informativi su misura per le esigenze dei singoli gruppi di utenti interni. Cloud significa quindi flessibilità e condivisione di risorse.

Commenta così Mariano Corso, responsabile scientifico dell'Osservatorio insieme a Stefano Mainetti: *"Ma i CIO [Chief Information Officer o Responsabili dei servizi informativi, n.d.r.] non temono il "sorpasso a destra" da parte delle Linee e, anzi, nel 72% dei casi si dichiarano "promotori e traino" di iniziative Cloud in azienda, anche se le maggiori aspettative (riduzione dei tempi di adozione e attivazione del servizio, riduzione dei costi di gestione interni e minori investimenti iniziali) sono tuttavia proprio gli elementi che, una volta saliti "sulla nuvola", creano le maggiori disillusioni"*.

Non sembrano, invece, deluse le aspettative sulla flessibilità e possibilità di condividere le risorse, ragione per cui il Cloud è visto dal 66% dei CIO come *"un trend rilevante che le imprese devono comprendere per far evolvere il loro modello di impresa"* e dal 12% come *"la nuova rivoluzione che cambierà il nostro modo di fare IT"*. Sul lato

delle criticità, la definizione e il rispetto di Service Level Agreement si mostra più difficile del previsto, a differenza dell'integrazione del Cloud nelle infrastrutture aziendali già esistenti.

Infrastructure as a Service (IaaS), Platform as a Service (PaaS) e Software as a Service (SaaS) sono le modalità con cui viene adottato il Cloud Computing per semplificare la gestione delle risorse ICT, sollevando l'utente finale dalle complessità.

Secondo Alessandro Piva, responsabile della ricerca *"Tra le tipologie di servizi"*
(Continua a pagina 7)

INNOVAZIONE

Cloud & ICT as a Service: fuori dalla nuvola!

(Continua da pagina 6)

IaaS e PaaS più diffusi vi sono la capacità elaborativa e di storage, le risorse virtuali configurate e il software infrastrutturale. Meno diffusi, ma con un interessante trend di crescita, sono gli ambienti di sviluppo e deployment di applicazioni software, i sistemi di supporto alla IT governance e i business process management system. Passando ai servizi SaaS, tra i più utilizzati troviamo le applicazioni di gestione delle Risorse Umane, i portali aziendali, la posta elettronica, la Unified Communication & Collaboration e i sistemi di conservazione sostitutiva. Meno diffusi, ma comunque in crescita, CRM e sistemi di produttività individuale e scambio documentale. Più di nicchia, infine, eCommerce, sistemi di business intelligence, sales force automation, amministrazione finanza e controllo". Per l'utente, dunque, si tratta di scegliere quello più adatto alle sue esigenze nell'ampia gamma di servizi Cloud. Dall'altro lato, sotto il nome di "Cloud" si riuniscono prodotti di varia natura: Component Developer ("componenti di base" hardware e software per la costruzione delle infrastrutture Cloud, Service Provider (servizi via rete), Cloud Broker (chi ag-

grega e rivende servizi), nonché Solution Developer (progetti su misura più o meno integrati con il Sistema Informativo aziendale esistente).

Dalla ricerca si evince, poi, come il mutamento possa ridefinire i rapporti di filiera e i modelli di business dei diversi attori (*player*) della nuvola, classificati come:

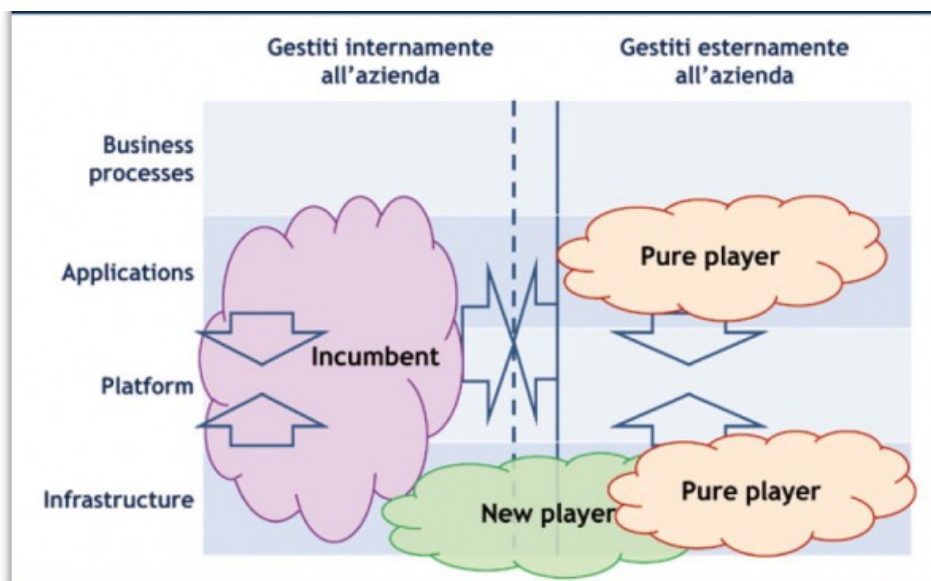
- *Pure Player* che, entrati nel mercato dei sistemi informativi con offerta totalmente Cloud, cercano di spingere le aziende verso la sperimentazione e a portare "nella nuvola" spicchi più consistenti del Sistema Informativo;
- *Incumbent*, leader dell'offerta di hardware e software per aziende, che pongono l'accento sulle caratteristiche tecnologiche e architetture del Cloud per essere maggiormente competitivi nell'offerta;
- *New Player*, operatori TLC che vedono il Cloud come possibilità di aumentare l'offerta, fornendo insieme alla connettività anche servizi ICT a valore aggiunto.

Per tutti l'obiettivo è uno solo: rientrare dagli investimenti richiesti per l'offerta di servizi Cloud.

Relazione con le *business line* e i *vendor* e padronanza degli elementi tecnici sono invece le tre aree in cui si concentrano gli strumenti di cui le Direzioni ICT dovrebbero disporre per ottimizzare le possibilità offerte dal Cloud. Ma a che punto si trovano le aziende rispetto a queste direttrici? Dalla

ricerca emerge che, ad oggi, solo il 10% dispone di una funzione ICT pronta all'utilizzo consapevole del Cloud, il 47% ha ancora lacune sulle dimensioni analizzate, mentre il settore che presenta le criticità più forti è quello relativo alla gestione delle relazioni con i *vendor*, maturo solo nel 20% delle aziende.

La fotografia dell'Osservatorio mostra comunque come sempre più aziende scelgano il Cloud: fiducia dunque in ascesa verso "la nuvola".



INNOVAZIONE

Nasce Confindustria Digitale

di Marilena Giordano

I temi dell'economia digitale, del potenziamento delle infrastrutture di rete e del digital divide sono cruciali per il futuro del Paese e necessitano di un'azione coordinata e forte da parte del mondo delle imprese.

E in tale contesto che è maturata la decisione di alcune associazioni dell'ICT di riunirsi in Confindustria Digitale, nuova federazione di rappresentanza industriale.

I soci fondatori sono:

- Assotelecomunicazioni-Asstel, l'associazione della filiera delle imprese di Telecomunicazioni;
- Assinform in rappresentanza dell'Information technology;
- Anitec che raggruppa i produttori di tecnologie e servizi di Ict ed elettronica di consumo;
- Aiip, l'associazione degli Internet provider.



Altre associazioni si uniranno nei prossimi mesi. Allo stato attuale, sono già rappresentate aziende per un totale di oltre 70 miliardi di euro di fatturato e di 250mila addetti.

In attesa della prima assemblea per l'elezione degli organi statutari, la struttura sarà guidata da Stefano Parisi, presidente di Asstel, coadiuvato da due vicepresidenti: Paolo Angelucci (Assinform) e Cristiano Radaelli (Anitec).

Così è stata presentata la nuova federazione da Stefano Parisi:

'La nascita di Confindustria Digitale corrisponde all'esigenza di radicare in Italia un progetto-Paese di trasformazione dell'economia e della società, capace di sfruttare le grandi potenzialità delle tecnologie digitali.

La creazione di un unico e forte polo di rappresentanza dell'industria dell'Ict, in linea con quanto avviene in altri paesi europei, costituisce un passaggio necessario a valorizzare la convergenza fra le tecnologie dell'informazione e della comunicazione elettronica, enfatizzare le nuove opportunità di crescita economica, promuovere le capacità innovative che nel nostro Paese esprimono le aziende del settore Ict.

Il nostro compito sarà quello di contribuire alla creazione delle condizioni migliori per favorire gli investimenti e realizzare anche in Italia gli obiettivi dell'Agenda Digitale, promuovendo l'uso di internet e lo sviluppo dei servizi digitali sia nel settore privato che nel settore pubblico'.

SENTIERI DIGITALI

Via Elio Lampridio Cerva 87/A
00143 - Roma
Tel. 06 5195 6778
Fax 06 5193 250

Iscrizione Tribunale di Roma
n. 538 del 4 dicembre 2007

Direttore responsabile

Francesco Chiappetta
f.chiappetta@sentieridigitali.it

Vice direttore esecutivo

Marilena Giordano
m.giordano@sentieridigitali.it

Redazione

Andrea Chiappetta
a.chiappetta@sentieridigitali.it

Collaboratori in questo numero:

Federica Chiappetta
Annalisa Mancini
Francesca Vespignani

Per la pubblicità, scrivere a:
promo@sentieridigitali.it

Editore

SI-IES Istituto Europeo Servizi Srl
Via Elio Lampridio Cerva 87/A
00143 Roma



Associato
All'Unione Stampa Periodica Italiana
(USPI)