

MARZO 2021



011  
111  
101  
100110  
111

# IL CAFFÈ DIGITALE



## IL MERCATO DELL'ICT MEGLIO DEGLI INDICATORI MACRO-ECONOMICI

**QUESTO MESE ABBIAMO  
FATTO COLAZIONE CON...**

**Michele Mariella, Head of ICT,  
Maire Tecnimont**

**NUMERI  
E MERCATI**

**Le aziende italiane verso  
la nuova frontiera green**

**CYBERSEC  
E DINTORNI**

**Un imperativo per il 2021:  
una Cybersecurity nazionale  
sostenibile e inclusiva**

## IL TEAM DEL CAFFÈ DIGITALE

---



**Roberto MASIERO**  
Presidente  
*The Innovation Group*



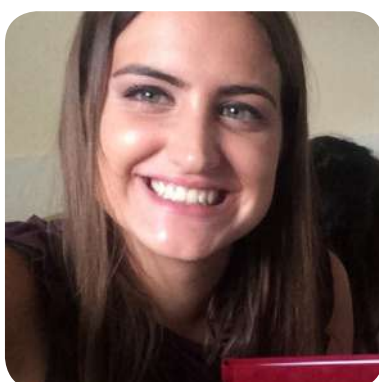
**Ezio VIOLA**  
Co-founder  
*The Innovation Group*



**Emilio MANGO**  
General Manager  
*The Innovation Group*



**Elena VACIAGO**  
Associate Research Manager  
*The Innovation Group*



**Carmen CAMARCA**  
Analyst  
*The Innovation Group*



**Roberto BONINO**  
Giornalista, Research and  
Content Manager  
*The Innovation Group*



**Valentina BERNOCCO**  
Web and Content Editor  
*The Innovation Group*



**Loris FREZZATO**  
Channel Area Manager  
*The Innovation Group*

3

**L'EDITORIALE**  
**Il mercato dell'ICT**  
**meglio degli indicatori**  
**macro-economici**

10

**LA VISIONE DEI LEADER**  
**Smart city loading: l'esperienza**  
**del Comune di Trento**  
**Giacomo Fioroni**

5

**QUESTO MESE ABBIAMO FATTO COLAZIONE CON...**  
***Michele Mariella, Head of Information***  
***& Communication Technology, Maire Tecnimont***  
**Elena Vaciago**



7

**COSA È SUCCESSO**  
**NELL'ULTIMO MESE**  
**In Italia i dati sul mercato digitale**  
**continuano ad essere positivi**  
**Carmen Camarca**

12

**NUMERI E MERCATI**  
**Le aziende italiane verso la**  
**nuova frontiera green**  
**Carmen Camarca**

15

**BANCHE E FINTECH**  
**Digital Wealth Management:**  
**come cambia l'industria**  
**nell'era post Covid**  
**Carmen Camarca**

---

**19** **CONNECTED MOBILITY**

**Mobility Management 2021, coniugare Innovazione e Mobilità Sostenibile**  
**Intervista di Elena Vaciago a Gianni Martino, Mobility & Tourism Expert**

---



**21**

**CYBERSEC E DINTORNI**  
**Un imperativo per il 2021: una Cybersecurity nazionale sostenibile e inclusiva**  
**Elena Vaciago**



**25**

**DIRITTO ICT IN PILLOLE**  
**DPO e sistemi informativi a tre anni dall'entrata in vigore del GDPR**  
**Valentina Frediani**



**27**

**TRASFORMAZIONE DIGITALE**  
**Meditato ma inesorabile, il percorso verso il cloud delle aziende italiane**  
**Roberto Bonino**

# Il mercato dell'ICT meglio degli indicatori macro-economici

Redazione

*The Innovation Group*

**Mentre molti settori hanno sofferto drammaticamente, portando il PIL a una flessione vicina al 9%, il mercato hi-tech ha reagito in modo inverso, con forti incrementi nei settori delle nuove tecnologie digitali legate allo smart working**

Nel 2020 gli investimenti in nuove tecnologie digitali hanno mostrato per la prima volta una dinamica anticiclica rispetto al PIL, e promettono di crescere ancora di più quest'anno

Gli analisti di The Innovation Group hanno stimato un andamento del mercato digitale per il 2020 pari a -0,1% e proiettano per il 2021 una crescita del 2,5%. All'interno del macro-comparto, il mercato dell'IT "tradizionale" perde il 2,9% nel 2020 e rimarrà sostanzialmente stabile nel 2021 (-0,5%), mentre il mercato delle nuove tecnologie digitali (NTD), che comprende tra le altre cloud, collaboration, AI e Big Data, è cresciuto del 2,6% nel 2020 e crescerà ancora del 6,8% nel 2021.

Le stime quantitative vengono confermate dalla Survey realizzata nei primi mesi del 2021 da The Innovation Group su un campione di decisori appartenenti a oltre 180 imprese italiane di tutte le dimensioni. Ecco i principali trend che emergono e caratterizzano la fase di positiva transizione del mercato digitale nel nostro Paese:

- Il 49% delle imprese intervistate ha confermato che l'emergenza ha portato a un'accelerazione della trasformazione digitale del loro business



- Questa accelerazione si conferma come tendenza strutturale all'incremento degli investimenti in nuove tecnologie digitali anche per il 2021: il 43% degli intervistati prevede infatti un incremento del budget ICT per l'anno corrente rispetto al 2020, mentre il 28% prevede un budget pressochè stabile.
- Le priorità segnalate dalle aziende hanno infatti a che fare con la disruption causata dalla pandemia, che ha richiesto migliore efficienza operativa e riduzione dei costi, e allo stesso tempo maggiore agilità e flessibilità dei modelli di business: priorità che hanno potuto essere soddisfatte nelle nuove condizioni solo grazie all'incremento degli investimenti in nuove tecnologie digitali.
- Le dinamiche degli investimenti in ICT segnalano alcuni trend di crescita significativa e costante tra l'anno scorso e quello corrente nelle aree della Collaboration, del Cloud, della Sicurezza e del Software per Workflow Management; Si continuerà ad investire anche in desktop, notebook

e smartphone, ma a ritmi ridotti rispetto all'anno scorso, in cui si è verificata una grande domanda alimentata dall'esigenza di fornire tempestivamente strumenti di lavoro a domicilio per lo smart working

- Il 47% delle aziende particolarmente PMI operanti nell'ambito di Industria e Servizi – prevede un aumento del budget aziendale dedicato ad attività e progetti sostenibili, sia per la maggiore consapevolezza del management della necessità di promuovere investimenti virtuosi, sia per la coscienza della potenziale profittabilità di tali investimenti, e sia infine per la prevista disponibilità di risorse e incentivi previsti dal Recovery Fund a partire dalla seconda metà dell'anno
- Secondo gli IT Manager intervistati, le prime tre principali iniziative per la funzione ICT nel 2021 saranno:
  - Security/ Continuity/ Risk Management
  - Smart Working/Digital workspace
  - Strategia Cloud/ Multicloud
- Per quanto riguarda il Cloud, allo stato attuale si preferiscono soluzioni ibride e multi-cloud (tendenza che si accentuerà tra 3 anni). Tra 3 anni si prevede la virtuale scomparsa delle soluzioni on-premise
- Ad oggi il 75% delle aziende intervistate dichiara una presenza molto marginale dell'AI nelle proprie strategie di innovazione digitale, confinata ad applicazioni di Customer service a minore contenuto tecnologico (Chatbot, call center). Un fenomeno che però si modifica radicalmente tra 5 anni, quando tutto il campione dichiara di prevedere di utilizzare tali soluzioni, la maggior parte (75%) in maniera considerevole
- Smart City, Industria intelligente e Trasporto gli ambiti maggiormente impattati dal 5G
- Il tema del change management si è dimostrato sempre di più negli ultimi anni chiave di successo dei percorsi di trasformazione: 1 azienda su due (più del 40% dell'anno scorso) lo indica oggi come il principale aspetto critico, da tenere in considerazione se si vuole cambiare. La pandemia ha sicuramente favorito una migliore accettazione delle novità da parte delle persone, ma rimane il fatto che non basta introdurre una nuova tecnologia, bisogna accompagnarla con una revisione dei processi – un cambiamento di mindset – un ripensamento delle attività se si vuole veramente favorire il cambio di passo.

“L'andamento del mercato digitale nel 2020”, ha detto Roberto Masiero, presidente e fondatore di The Innovation Group, “segna una profonda discontinuità con i trend registrati negli ultimi 20 anni. In precedenza, infatti il mercato ICT aveva registrato un andamento sostanzialmente ciclico – ovvero l'indice tendeva a sovra-performare il tasso di crescita del PIL negli anni in cui questo aumentava e a sotto-performare quando questo era in flessione. La crisi pandemica ha introdotto invece un brusco cambiamento: mentre molti altri settori hanno sofferto drammaticamente, portando il PIL a una flessione vicina al 9%, il mercato hi-tech ha reagito in modo inverso, con forti incrementi nei settori delle nuove tecnologie digitali (mobile, cloud, collaboration) legate allo smart working, che hanno compensato la flessione strutturale delle tecnologie tradizionali”



**Michele Mariella, Head of Information & Communication Technology,  
Maire Tecnimont**

### Vantaggi e sfide delle architetture Software Defined

**Elena Vaciago, Associate Research Manager  
The Innovation Group**

L'evoluzione delle tecnologie in ottica Software-defined-everything, dei modelli operativi e della stessa richiesta di deployment sempre più distribuito di servizi IT, stanno rapidamente rendendo obsolete le infrastrutture tradizionali. A questo si aggiunge che architetture ibride e distribuite possono offrire già oggi un maggiore throughput verso gli utenti e un livello più alto di sicurezza e resilienza.

Parliamo di questi temi con Michele Mariella, Head of Information & Communication Technology, Gruppo Maire Tecnimont, società che ha da anni un approccio innovativo e uno sguardo rivolto al futuro sulle trasformazioni dell'IT.



**Visti i trend evolutivi a livello di infrastrutture IT, quale percorso vi siete dati per rispondere a queste sfide?**

Da due anni siamo completamente in cloud, utilizziamo SDWAN ed Enterprise Access Architecture con piattaforme Low code / Zero code. Una realtà come la nostra, con sedi in 45 Paesi e 9.100 persone, tra dipendenti interni e collaboratori che accedono ai nostri applicativi, ha necessariamente una domanda globale a cui abbiamo risposto con un Multi-Cloud costituito da applicativi di vari provider (da Office365 alla Sap Cloud platform, ServiceNow, Salesforce, qualcosa in Google Platform). Ci ha guidato l'esigenza di disporre di una "fisarmonica" di diversi servizi che eroghiamo sulla base dei singoli progetti che realizziamo, di una domanda di "estensività" dei sistemi informativi.

Se ad esempio realizziamo un impianto industriale in Turchia, o in Russia, in zone isolate, questa configurazione IT ci permette, grazie all'approccio software defined, di essere molto reattivi a una programmazione delle attività continuamente variabile. Ci capita di avere commesse che movimentano fino a 16mila risorse in impianti industriali da realizzare partendo da zero, in zone sperdute dove dobbiamo portare anche la connettività. Abbiamo quindi deciso di chiudere i nostri precedenti datacenter (3 in giro per l'Italia) e di spostarci in cloud: in locale sono rimaste pochissime cose, la gestione delle stampanti, il server per il domain controller, il Disaster Recovery in colocation.



*Se ad esempio realizziamo un impianto industriale in Turchia, o in Russia, in zone isolate, la nostra configurazione IT ci permette, grazie all'approccio software defined, di essere molto reattivi a una programmazione delle attività continuamente variabile*

**La recente esperienza del Covid19 e il passaggio allo smart working hanno avuto impatti sulle infrastrutture IT della vostra azienda?**

In molte aziende il Covid19 è stata l'occasione per accelerare i programmi di trasformazione digitale: noi invece, abbiamo solo misurato quanto avevamo già fatto in precedenza. A livello di rete, accedendo al cloud tramite il Secure access gateway ZScaler, di fatto eravamo indipendenti dalla connettività, e questo ci ha anche garantito sicurezza nei collegamenti da remoto.

**Quali sono secondo Lei i requisiti che oggi arrivano dal Business che avranno maggiore impatto in futuro sulle vostre infrastrutture?**

Lo Smart working (che noi comunque avevamo implementato dalla fine del 2017), la trasformazione digitale dei processi del business, gli aspetti di sicurezza e resilienza, il Time-to-market (la velocità con cui mi adatto a nuove condizioni), e anche la sostenibilità ambientale (il Green IT). Affidandoci a provider che tengono in considerazione gli aspetti di riduzione delle emissioni di CO2, è questo un obiettivo più facile da raggiungere rispetto a modificare i datacenter in premise.

**Quali altri tendenze importanti vedete in questo momento?**

Nei cantieri è in corso una convergenza tra IT, l'Information Technology, e OT, l'Operational Technology: le performance della latenza sono fondamentali per pilotare un impianto, la sicurezza ancora di più. Le competenze dell'IT in questi ambiti, tutto quanto l'IT ha accumulato in questi anni su aspetti di sicurezza, certificazione e governance, si riverseranno sulla parte operativa, OT.

In aggiunta abbiamo i trend degli oggetti connessi, dell'Edging, del cloud e del 5G, che saranno sempre più importanti: in futuro, ci permetteranno di pilotare gli impianti da remoto senza spostare tante persone, minimizzando i costi. Ci sarà quindi inevitabilmente un blending di IT e OT, e molti aspetti stanno già oggi passando dal dominio IT a quello OT.



# In Italia i dati sul mercato digitale continuano ad essere positivi

**Carmen Camarca, Analyst**  
*The Innovation Group*

Il mercato digitale prosegue il trend positivo rilevato nell'ultimo anno e continua a crescere. A confermarlo sono anche le ultime rilevazioni dell'istituto di ricerca GfK relative al settore della tecnologia di consumo che nel 2020 è aumentato del 5,5%, raggiungendo un valore complessivo di 15,5 miliardi di euro.

Lo studio rileva, inoltre, che se da un lato le vendite nei negozi tradizionali hanno registrato una leggera flessione (dovuta principalmente alle chiusure e alle limitazioni alla mobilità), dall'altro il canale online è aumentato in

maniera significativa, arrivando a rappresentare il 24,4% del totale delle vendite.

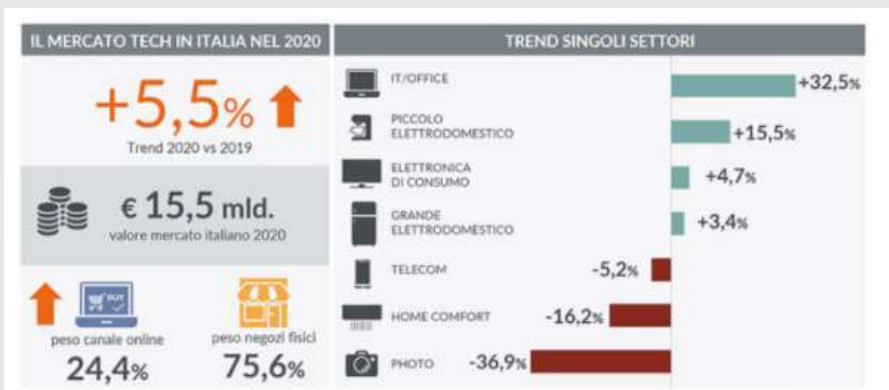
A trainare la crescita è la performance positiva del comparto IT Office (+32,5%), che a fine 2020 è arrivato a generare il 23,9% del valore complessivo del mercato italiano dei Technical Consumer Goods. Il fenomeno viene confermato anche dall'ultima trimestrale della piattaforma Zoom da cui emerge come il software di video communication abbia terminato l'intero 2020 con un fatturato di 2,65 miliardi di dollari,

in aumento su base annua del 326%, con profitti a 995,7 milioni, pari a 3,34 dollari per azione. I risultati hanno superato anche le più rosee aspettative e sono stati trainati dal forte ricorso all'home/smart working rilevato nell'ultimo anno (una tendenza che comunque non si è fermata anche quando sono state allentate le misure restrittive e che si stima continuerà a caratterizzare le modalità di svolgimento di lavoro anche nel «New Normal»).

Trend in crescita anche per il piccolo elettrodomestico (+15,5%), per l'elettronica di consumo (+4,7%) e il grande elettrodomestico (+3,4%).

Rallenta, invece, il comparto della Telefonia (-5,2%) che si conferma comunque il più importante per il mercato italiano della tecnologia di consumo, con una quota pari al 34,6%. Più negativo il risultato del comparto Home Comfort (-16,2%) e quello della Fotografia (-36,9%), che sembra aver sofferto in maniera particolare le restrizioni legate al Covid-19 e il forte ridimensionamento di viaggi, eventi e altre occasioni di socialità.

### 2020 positivo per la tecnologia di consumo: vendite in crescita del +5,5%



Fonte: GfK, 2021.

GfK Market Intelligence - Trend a valore 2020 vs. 2019 (stesso perimetro temporale)

## **A livello globale aumentano gli abbonamenti alle SIM e il traffico internet**

Soltanto nel quarto trimestre 2020 gli abbonamenti alla telefonia cellulare sono cresciuti di 19 milioni di unità. A riportarlo è l'Ericsson Mobility Report, che ha preso in esame i dati aggiornati a fine 2020, un anno che si è chiuso con circa 8 miliardi di SIM nel mondo.

Il maggior contributo trimestrale proviene dall'India (+4 milioni), seguita da Indonesia (+4 milioni) e Pakistan (+2 milioni). Secondo l'analisi è ormai assodato che le SIM in circolazione superino la popolazione umana mondiale, con un tasso di penetrazione pari al 102%. Il numero di abbonati alla telefonia cellulare unici è invece pari a circa 6 miliardi. Il divario tra utenti unici e SIM totali è in buona parte dovuto alla presenza di più SIM per persona o di abbonamenti inattivi.

Insieme alla crescita della telefonia cellulare, il report registra altresì un incremento anche dell'utilizzo di Internet da mobile: nel quarto trimestre 2020 il numero di abbonamenti di tipo mobile broadband è aumentato di quasi 100 milioni, per un totale di circa 6,5 miliardi, con un aumento del 5% anno su anno. Non si dimentichi, del resto, che ad oggi il 77% dei telefonini in circolazione è uno smartphone.

## **Verso un'Italia Digitale e Green**

Quella tra l'Italia e il Recovery Fund è una partita ancora tutta da giocare e per il nostro Paese la strada è impervia. Tuttavia, qualcosa si sta iniziando a muovere.

Lo scorso 17 febbraio, nel suo discorso al Senato, il neo Presidente del Consiglio Mario Draghi ha annunciato il programma del proprio Governo, focalizzando l'attenzione su pochi aspetti chiave: People, Planet, Prosperity

e Digitale, indicando l'innovazione come lo strumento principale su cui occorre investire per ripensare il Paese: è questa la prospettiva con cui le riforme devono essere scritte, il paradigma su cui occorre pensare ai traguardi che ci si prefigge. Come, infatti, dichiarato dallo stesso Presidente, «le Missioni del Programma potranno essere rimodulate e riaccorpate, ma resteranno quelle enunciate nei precedenti documenti del Governo uscente, ovvero l'innovazione, la digitalizzazione, la competitività e la cultura; la transizione ecologica; le infrastrutture per la mobilità sostenibile; la formazione e la ricerca; l'equità sociale, di genere, generazionale e territoriale; la salute e la relativa filiera produttiva».

Sulla stessa linea è anche Enrico Giovannini, Ministro delle infrastrutture e dei trasporti che sta lavorando al ridisegno del suo Ministero, promuovendo un suo sviluppo in chiave appunto digitale e sostenibile. Al riguardo è stato pubblicato in Gazzetta Ufficiale il regolamento di organizzazione del nuovo ministero delle Infrastrutture e della Mobilità Sostenibili (Mims), volto a potenziare la capacità del dicastero di programmare e realizzare infrastrutture e sistemi a rete sostenibili. Come affermato dal Ministro, «la nuova organizzazione è coerente con l'approccio di programmazione a medio termine e di integrazione tra le diverse dimensioni del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza relative alle infrastrutture e alla mobilità sostenibile».

Anche Renato Brunetta, Ministro per la semplificazione e la Pubblica Amministrazione, di recente ha annunciato cambiamenti radicali nella PA, schierandosi a favore dell'introduzione di nuovi approcci all'interno degli uffici pubblici. Tra le principali novità, si cita





l'insediamento della Commissione tecnica dell'Osservatorio nazionale del lavoro agile composta da 12 esperti tra interni alla Pubblica Amministrazione ed esterni. Nel dettaglio, compito della Commissione sarà verificare l'avanzamento delle amministrazioni nella stesura dei Piani organizzativi del lavoro agile (Pola), pubblicati sinora da 54 amministrazioni statali sulle 162 monitorate attraverso il Portale della performance del dipartimento della funzione pubblica. La Commissione è chiamata, altresì, a ragionare sugli strumenti di organizzazione del lavoro agile in vista del superamento della fase legata all'emergenza sanitaria. Non si dimentichi, del resto, che è proprio di questi giorni la notizia che il Presidente del Consiglio e i segretari general Cgil (Maurizio Landini), Cisl (Luigi Sbarra) e Uil (Pierpaolo Bombardieri) hanno siglato il "Patto per l'Innovazione del Lavoro pubblico e la coesione sociale", volto a porre «le basi per la costruzione di una nuova Italia», nella consapevolezza che, come affermato da Draghi «il buon funzionamento del settore pubblico è al centro del buon funzionamento della società».

Sempre nell'ambito delle iniziative che si stanno promuovendo per digitalizzare i processi e le procedure pubbliche, l'Unione Europea ha approvato e finanziato il progetto "A data driven approach to tax evasion risk analysis in Italy" presentato dall'Agenzia delle Entrate e che prevede l'utilizzo dell'Intelligenza Artificiale e altre tecniche di analisi per contrastare l'evasione e l'elusione fiscale e valorizzare l'ingente patrimonio informativo dell'Agenzia delle Entrate. Grazie all'analisi delle reti è, inoltre, possibile scoprire con maggiore facilità «le relazioni indirette e non evidenti tra soggetti che possono essere correlate a

schemi di evasione o elusione fiscale difficilmente individuabili con le tradizionali tecniche».

Ma quanto giova ai Paesi promuovere un'ampia trasformazione digitale dei propri servizi? Per l'UE il PIL potrebbe incrementare di circa 1.000 miliardi di euro entro il 2027. A dirlo è lo studio "Digitalisation. An opportunity for Europe" realizzato da Deloitte e dal Gruppo Vodafone. In particolare, lo studio parte dai cinque livelli misurati anche dall'indice DESI e relativi a: connettività, capitale umano, utilizzo e diffusione dei servizi internet, grado di integrazione delle tecnologie digitali e dei servizi pubblici digitali.

Attualmente, un aumento del 10% del punteggio DESI complessivo per uno Stato membro è associato a un PIL pro capite più alto dello 0,65%. I ricercatori hanno ipotizzato che l'utilizzo massiccio dei fondi del Recovery Plan per lo sviluppo tecnologico e soprattutto l'accelerazione della transizione digitale potrebbero favorire un aumento dell'indice DESI a 90 entro il 2027, con un incremento medio del +7,2% del Pil pro capite.

L'analisi mostra, infine, come i Paesi con il Pil pro capite più basso nel 2019, dovrebbero essere i maggiori beneficiari della transizione, dal commento ai dati si legge che: «se la Grecia aumentasse il suo punteggio Desi da 31 a 90 entro il 2027, si avrebbe un aumento del PIL pro capite del +18,7% e della produttività a lungo termine del +17,9%. Un numero di Stati membri significativi, tra cui Italia, Romania, Ungheria, Portogallo e Repubblica Ceca, vedrebbero tutti un aumento del PIL superiore al 10%».

# Smart city loading: l'esperienza del Comune di Trento



## Giacomo Fioroni, Capo Progetto “Smart City” Comune di Trento

Intervento effettuato durante la Web Conference del 24 Settembre “BIG DATA, SMART CITIES E MOBILITÀ SOSTENIBILE”, appuntamento del Digital Italy Program 2020

#LaVisioneDeiLeader

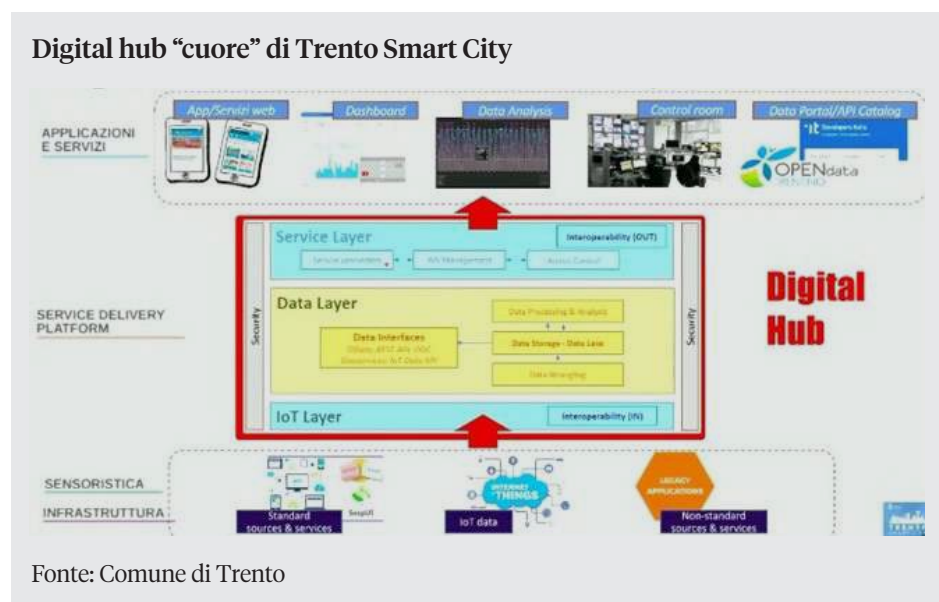
Il fine ultimo per una città che vuole diventare “smart” deve essere quello di offrire dei servizi evoluti che permettano di migliorare la qualità della vita dei cittadini grazie alla tecnologia (la cui funzione è strumentale): in questo processo i dati assumono un ruolo centrale.

Al riguardo, nell'ambito del progetto di realizzazione della smart city, il Comune di Trento ha voluto impostare l'utilizzo di un'unica piattaforma di gestione dei dati (che si chiama Digital Hub) per integrare e valorizzare tutte le informazioni di cui si dispone, nell'ottica di superare la suddivisione in silos e integrare le informazioni e i dati nelle varie applicazioni e servizi in una logica di interoperabilità. In questo, dunque, il Digital Hub si pone l'obiettivo di creare un

sistema volto a gestire il layer dei dati permettendo di importarli da sorgenti diverse (IoT, sensori disposti sul territorio, ecc..), portarli nel data lake, aggregarli e sviluppare dei sistemi di data

processing ed analysis con il fine ultimo di esportarli e metterli a disposizione per tutte le tipologie di servizi (applicazioni di servizi web, dashboard, data analysis, control room, portali, ecc..).

### Digital hub “cuore” di Trento Smart City

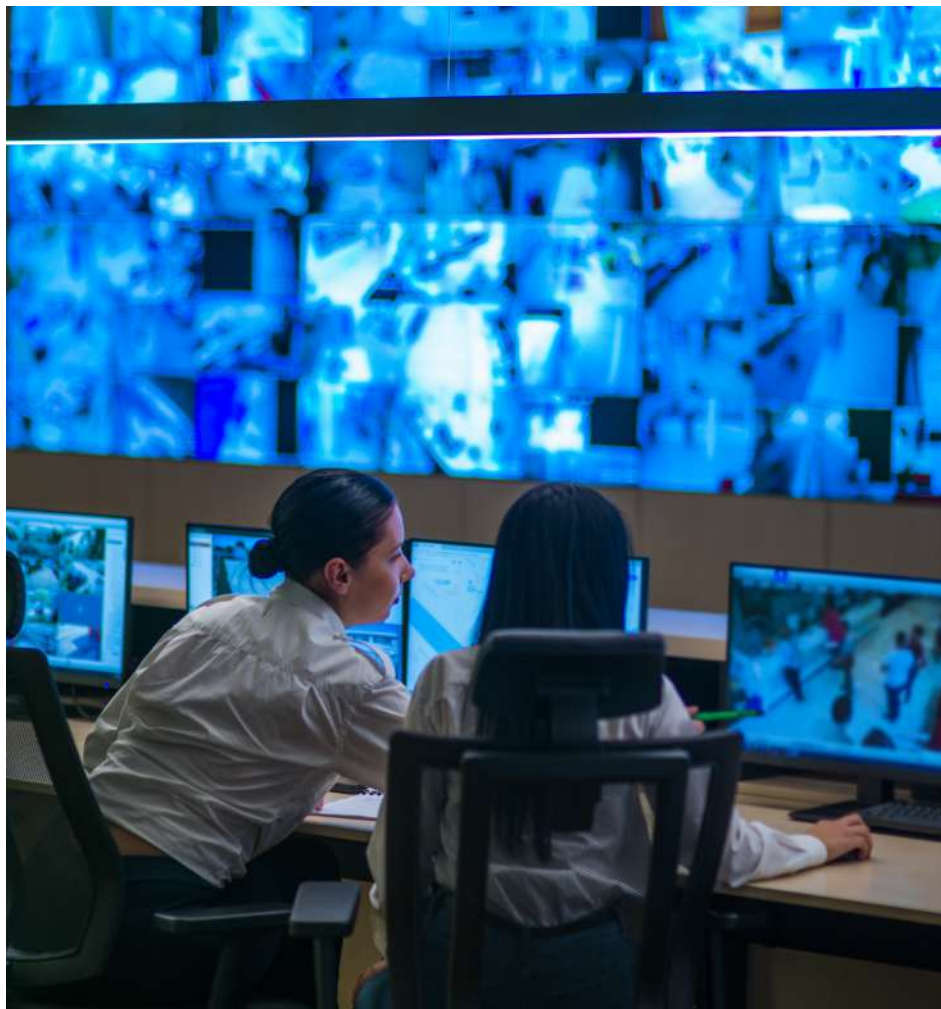


Fonte: Comune di Trento

Al riguardo si citano alcuni esempi di attività che si stanno realizzando anche nell'ambito di alcuni progetti europei. Si ricorda, ad esempio, il progetto di Stardust, promosso nell'ambito dell'iniziativa Horizon 2020, in cui si è iniziato ad implementare dei sensori annegati nell'asfalto per gestire le informazioni dell'occupazione dei parcheggi dei disabili e di carico e scarico. Inoltre, attraverso il progetto C-Roads Italy 2, si sta lavorando per portare la stessa tecnologia per tutti i parcheggi di pagamento; si rileva, ad esempio, la possibilità di portare l'informazione che proviene dai sensori all'interno del Digital Hub per poi portare l'informazione ai cittadini in molti modi tramite delle API standard. Ciò permette, altresì, alle diverse amministrazioni di effettuare un'analisi sull'occupazione dei parcheggi, in modo da valutare l'implementazione di eventuali nuove stazioni di parcheggio.

Un ulteriore esempio dell'uso di tecnologie di Big Data e Artificial Intelligence è relativo a quando il dato proviene non dal sensore ma da telecamere che possono essere posizionate, ad esempio, vicino ad un attraversamento pedonale insieme a dei sensori per riuscire a intercettare gli spostamenti sia di pedoni sia di ciclisti ed automezzi così da migliorare questi algoritmi (grazie a tecnologie di Intelligenza Artificiale e Machine Learning) e fare in modo di utilizzare degli attuatori che diano segnalazioni sia per i pedoni sia per le macchine e migliorare il livello di sicurezza. Si tratta di attività per le quali si richiede una componente tecnologica on the edge quindi direttamente sul posto.

Un'altra attività combina l'utilizzo di telecamere, Intelligenza Artificiale e aggregazione delle informazioni all'interno del Digital



Hub per portare informazioni nella control room della polizia locale ma in prospettiva anche in una smart city control room che aggrega tutte le informazioni, consiste nell'analisi delle riprese video (posizionate sia su piazze o luoghi pubblici sia lungo le strade) per riuscire a individuare delle situazioni potenzialmente pericolose. L'attività è utile soprattutto per verificare la creazione di eventuali assembramenti, tentativi di furto o incidenti. In particolare, all'interno della città di Trento si rilevano oltre 600 telecamere, sarebbe impensabile per la centrale di polizia seguirle tutte, per tali ragioni assume rilievo l'analisi dei video e l'utilizzo di Intelligenza Artificiale per poter poi fornire un alert, verificare l'informazione e fare in modo che questa possa essere utilizzata (prima

tramite una gestione interna all'amministrazione ma poi portata esternamente a tutti cittadini).

In questo contesto si assiste ad un aumento della variabilità della mobilità, ovvero ad una maggiore dinamicità nei modelli di mobilità, nonché al cambiamento di chi gestisce l'informazione del trasporto, l'informazione del pagamento (ad esempio dei parcheggi, del trasporto pubblico, ecc.), oltre che alla presenza sul mercato di nuovi player e al consolidamento di nuove forme di mobilità (si pensi ad esempio alla mobilità elettrica). Si tratta di cambiamenti che devono essere gestiti, richiedendo la capacità di relazionarsi con soggetti diversi, oltre che essere in grado di raccogliere informazioni ed aggregarle: è questo il primo passo per lo sviluppo di servizi evoluti.

# Le aziende italiane verso la nuova frontiera green

Carmen Camarca, Analyst  
*The Innovation Group*

Adottare in azienda una strategia green viene vista come un'opportunità per migliorare la propria immagine e il rapporto con clienti ed investitori, oltre che come una possibilità di ampliamento del proprio business (nuovi mercati e differenziazione della propria offerta).

A dirlo è la Digital Business Transformation Survey, indagine condotta da The Innovation Group a gennaio 2021 su un campione di 181 LoB e IT Manager che quest'anno si compone di nuove sezioni (tra cui appunto quella denominata "Innovazione, Green Economy e Sostenibilità"

e dedicata agli investimenti e alle strategie di un settore che deterrà un ruolo sempre più importante nell'economia del Paese<sup>(1)</sup>).

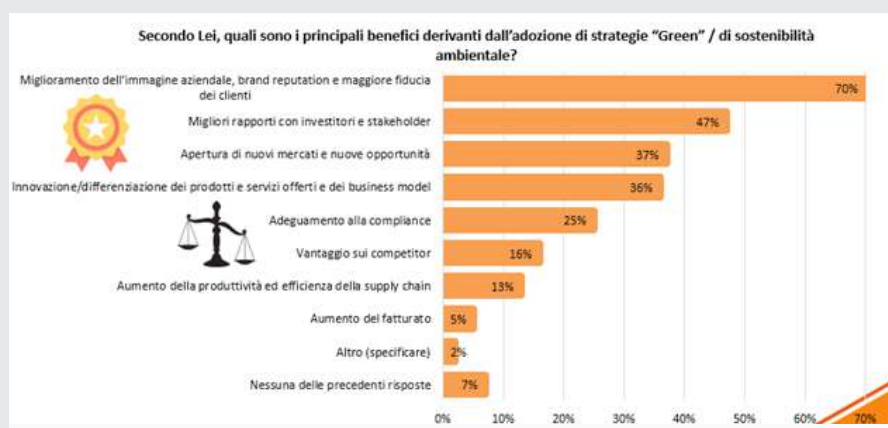
In particolare, l'analisi rileva come il maggior beneficio associato a strategie e progetti green sia il miglioramento della brand reputation (indicato dal 70% del campione), dei rapporti con investitori e stakeholder (47%), l'apertura di nuovi mercati (37%) e la differenziazione della propria offerta.

Ancora poco diffusa è, invece, l'idea di associare le strategie green alla possibilità di aumentare il proprio fatturato (5%).

“

Il maggior beneficio associato a strategie e progetti green è il miglioramento della brand reputation

### Brand reputation e migliori rapporti con investitori e stakeholder i principali benefici delle strategie Green



Fonte: TIG, Digital Business Transformation Survey 2021, gennaio 2021

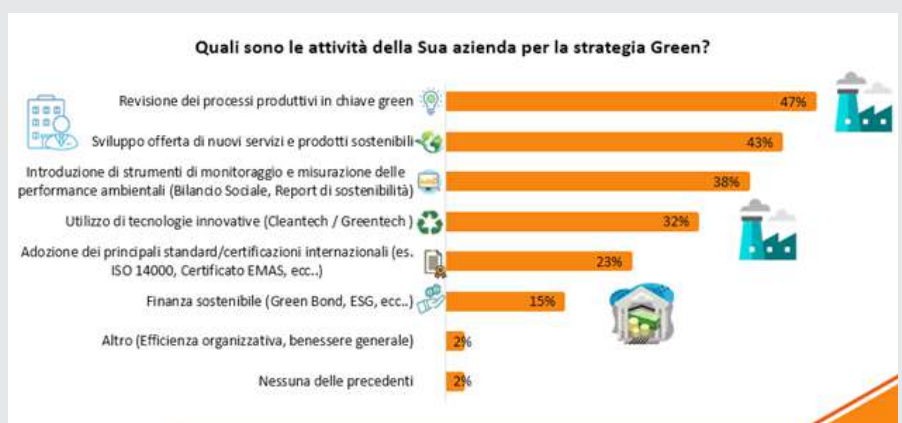


Entrando nel dettaglio delle attività realizzate dall'azienda si rilevano principalmente quelle volte a:

- revisione dei processi produttivi in chiave green (indicata dal 47% del campione operante principalmente nel settore Industria).
- Sviluppo offerta in chiave sostenibile (43%).
- Introduzione degli strumenti di monitoraggio delle performance ambientali (38%).

Ancora limitate principalmente al settore Finance sono, invece, le attività relative alla finanza sostenibile (Green Bond, ESG, ecc..), indicate soltanto dal 15% del campione.

### Ripensamento dei processi produttivi e ampliamento dell'offerta in ottica sostenibile le principali attività delle strategie Green



Fonte: TIG, Digital Business Transformation Survey 2021, gennaio 2021

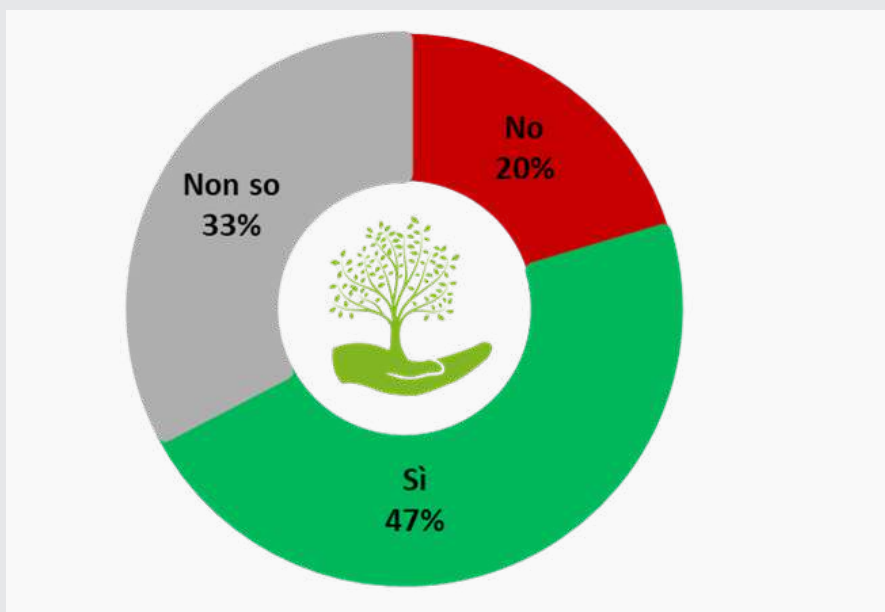
## Nel 2021 le aziende scommettono nel green

L'indagine rileva, altresì, come il 47% del campione preveda per l'anno in corso un aumento del budget aziendale dedicato ad attività sostenibili, contro il 20% contrario. A rispondere positivamente sono principalmente le aziende di piccole dimensioni (<99 dipendenti) operanti nell'ambito dell'Industria e dei Servizi. Si prevede che a spingere l'acceleratore negli investimenti/strategie green sarà la:

- disponibilità di risorse e incentivi previsti dal Recovery Fund (anche se per il 2021 si attende solo una parte dei fondi attesi),
- necessità di differenziare la propria offerta considerate le dinamiche evolutive del mercato,
- maggiore consapevolezza sulla necessità di promuovere investimenti virtuosi.

Si tratta di tendenze dettate in parte dalla necessità di adeguarsi alle disposizioni europee, in parte richieste da un mercato in continua evoluzione che impone a ciascun player di individuare le migliori strategie per differenziarsi dai propri competitor. Infine, a reclamare tali cambiamenti sono gli stessi consumatori che sempre più richiedono alle aziende di riferimento di farsi carico di alcune tematiche particolarmente sensibili (come appunto quella della sostenibilità ambientale) e di ridurre gli impatti delle proprie azioni.

Per il 2021 prevede un aumento, rispetto al 2020, del budget aziendale dedicato ad attività e progetti sostenibili?



Fonte: TIG 2021

Del resto, come anche affermato dal professore ed economista Jeremy Rifkin in una recente intervista, «la transizione ecologica è non solo eticamente e scientificamente necessaria ma soprattutto una sfida dal punto di vista economico». Rifkin ha, inoltre, ricordato l'importanza del binomio vincente digitale-ambiente, precisando come l'innovazione «renda plausibili obiettivi ambiziosi come la decarbonizzazione entro il 2050». Sull'applicazione del digitale alle politiche e strategie ambientali è intervenuto anche Luciano Floridi che ha più volte sottolineato come il rapporto virtuoso tra questi due aspetti rappresenti una grande opportunità anche di crescita economica dei Paesi.

In Italia il nuovo governo ha affidato la gestione di tali tematiche ad un Ministero ad hoc (il Ministero della transizione

ecologica), il cui Ministro ha di recente fatto sapere che «il piano di ripresa italiano allocherà 80 miliardi di euro in 5 anni in progetti verdi che riguardino una accelerazione della decarbonizzazione, con riduzioni che potranno arrivare sicuramente al 55% puntando al 60% delle emissioni al 2030», attività rese possibili dall'arrivo delle risorse del Recovery Fund che saranno impiegate «per effettuare massicci investimenti in nuove tecnologie, una forte spinta all'idrogeno verde e blu, nonché in mobilità e trasporti sostenibili». Stiamo andando davvero verso un nuovo modello di crescita economica e sviluppo del Paese?

[1] Non si dimentichi che il Recovery Fund vede negli investimenti green uno dei suoi punti cardine, legando il 37% delle risorse assegnate all'Italia al green.

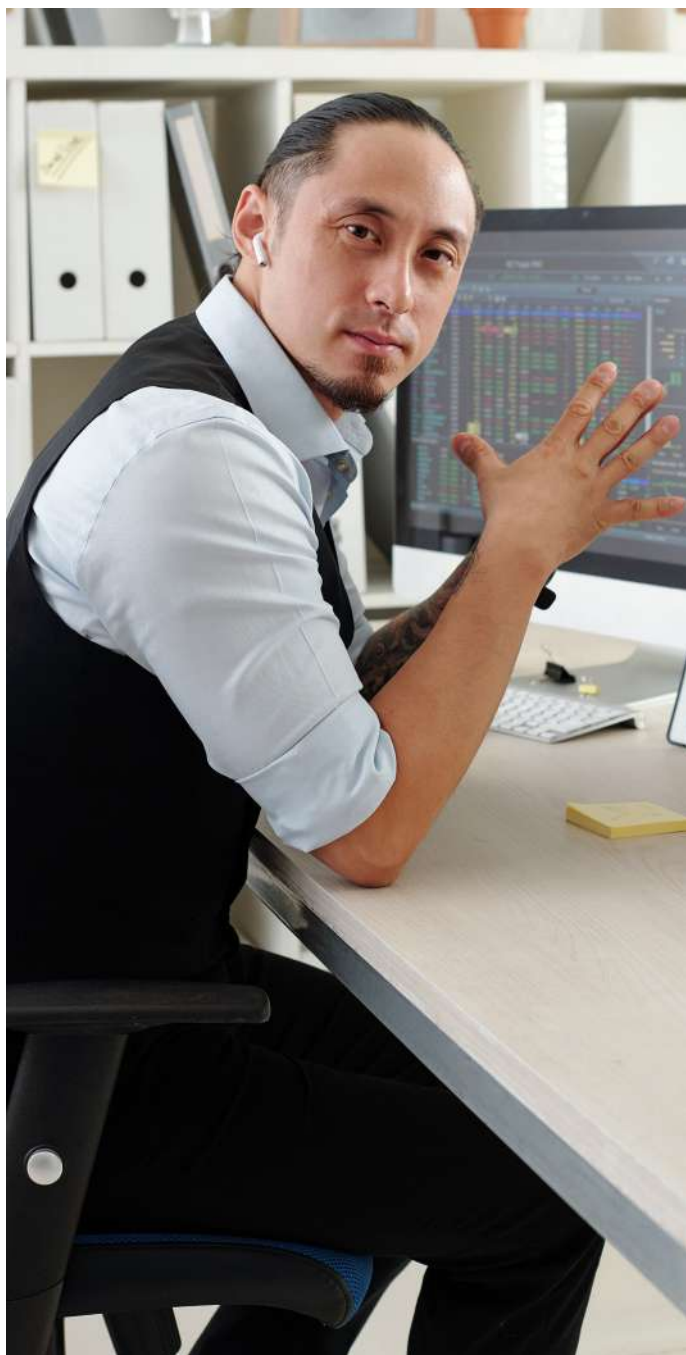


---

## **Digital Wealth Management: come cambia l'industria nell'era post Covid**

---

**Carmen Camarca, Analyst**  
*The Innovation Group*



Quali trend impatteranno l'industria del wealth management nel «New Normal»? Ne abbiamo parlato lo scorso 23 febbraio al Digital Wealth Management di The Innovation Group.

L'esperienza del Covid-19 ha provocato profonde trasformazioni anche nel business delle industrie dell'asset e wealth management, portando ad un'evoluzione in chiave digitale della relazione cliente-consulente e delle modalità di interazione dei clienti con le reti e le banche.

In questo contesto quale sarà lo scenario futuro? Quali opportunità si creano per gli attori del settore?

Nel suo intervento introduttivo alla web conference, Maurizio Primanni, Presidente & Founder Excellence Consulting ha affermato come la drammatica esperienza della pandemia vissuta nell'ultimo anno modificherà notevolmente il modo di lavorare dei consulenti finanziari.

Una delle principali conseguenze di tale trasformazione sarà l'affermazione della figura del consulente finanziario digitale la cui relazione con il cliente evolverà in un formato ibrido, in cui verrà mantenuta la componente di fiducia che permette alla relazione fisica di essere apprezzata ma che sarà caratterizzata anche da elementi tipici della relazione digitale (possibilità di comunicare a distanza/da remoto, di relazionarsi con i clienti in maniera molto più efficiente).

Tale cambiamento nelle modalità di lavoro induce il consulente ad acquisire nuove competenze a partire dall'individuazione di un framework di tecniche di comunicazione del tutto diverse dalle precedenti (nella relazione digitale diventa essenziale il linguaggio non verbale). Per il consulente finanziario, inoltre, inserire l'utilizzo degli strumenti digitali nel proprio metodo

*Adottare nuovi linguaggi digitali rappresenta un'opportunità anche in relazione alla possibilità di intercettare nuovi clienti (si pensi, ad esempio, alle nuove generazioni che sono native digitali)*

di lavoro permette di intercettare i desiderata dei propri clienti oltre che di approcciare a nuovi segmenti di clientela: per tali ragioni è prevista nei prossimi anni una sempre maggiore attenzione alla gestione efficiente dei dati.

L'importanza di fare data mining per comprendere come sfruttare al meglio i dati per effettuare personal branding sui clienti è stata confermata anche dalle esperienze di alcune realtà bancarie (Banca Generali, CheBanca! S.p.A – Gruppo Mediobanca, Unicredit, Banca Euromobiliare) dalle quali è emersa appunto la rilevanza di avere un corretto positioning rispetto alla tipologia di clientela (private, retail, ecc..) così da studiare soluzioni personalizzate per un determinato segmento.

In realtà bisogna specificare che, come riportato da Giovanni Sandri, Country Head, BlackRock Italia, «la consulenza tradizionale è in grado di dare un servizio personalizzato che però riguarda poche persone, altrimenti diventerebbe poco sostenibile dal punto di vista economico». Tuttavia, «applicare lo strumento tecnologico (soprattutto AI e Big Data) consentirebbe di effettuare analisi sempre più granulari e micro clusterizzate, oltre che monitorare costantemente i bisogni dei clienti (rilevandone eventuali cambiamenti) ed effettuare una customizzazione in scala, riuscendo, dunque, ad erogare un servizio personalizzato per un'utenza ampia». È questa, infatti, per Sandri la vera sfida dell'industria del wealth management, obiettivo per il cui raggiungimento è richiesto un approccio strategico all'utilizzo del digitale e della tecnologia (ciò che di fatto si sta verificando in seguito all'emergenza pandemica, mentre prima prevaleva un approccio principalmente tattico).

Sul tema è intervenuto anche Michele Cumin, Regional Vice President – Head of FinServ Italy, Salesforce, secondo cui «due sono i principali cambiamenti che si rilevano nell'ambito del wealth management: le aspettative dei clienti e la produttività degli agenti e dei private banker». Per Cumin, inoltre, «sempre di più il cliente si aspetta un'interazione fluida tra il mondo digitale (le app) e il mondo fisico (il banker)».

Come già anticipato, adottare nuovi linguaggi digitali rappresenta un'opportunità anche in relazione alla possibilità di intercettare nuovi clienti (si pensi, ad esempio, alle nuove generazioni che sono native digitali). Al riguardo soluzioni innovative vengono offerte da Oval che permette di monitorare le proprie spese e di accumulare risparmi in modo automatico tramite smartphone, oltre che di investire il proprio denaro in diversi prodotti finanziari (in particolare si punta ad un target che il wealth management tradizionale fa fatica a raggiungere) e di Flowe, servizio fintech che si propone di coniugare innovazione e sostenibilità nonché di educare la next generation ad adottare un nuovo paradigma dell'innovability, ovvero dell'innovazione funzionale. Per il futuro si può ipotizzare una collaborazione tra questi nuovi player e gli incumbent?



Per Benedetta Arese Lucini, Co-Founder & CEO di Oval Money, «senz'altro partnership di questo tipo hanno dei risvolti positivi (lavorare con società che fanno già asset management o che lavorano nel mondo bancario è comunque utile e aiuta ad accelerare la crescita rispetto a tantissimi prodotti che si possono offrire al cliente), tuttavia il mercato è estremamente regolato e si rileva sempre un forte gap tra le startup (maggiormente disposte a prendere dei rischi) e gli incumbent che si espongono meno». Ad ogni modo, come riportato da Ivan Mazzoleni, CEO, Flowe, «adottare nuovi linguaggi digitali vuol dire aggregare le attuali esperienze in una logica ecosistemica».

Un'ulteriore trend che sta impattando (e sempre più impatterà) l'industria del wealth management e di cui si dovrà tener conto soprattutto in fase di costruzione dei portafogli di offerta riguarda la forte attenzione agli investimenti ESG (fenomeno rilevabile già prima della pandemia) e dedicati all'economia reale (aspetto che si è andato affermando di recente), tematiche verso cui i clienti stanno diventando sempre più sensibili (anche se il mercato italiano prosegue in maniera più lenta rispetto allo scenario internazionale), un cambiamento che si deve intercettare, interpretare ed affrontare.

Ecco, dunque, che applicare lo strumento digitale all'industria del wealth management offre notevoli opportunità per l'intero settore: dalla possibilità di creare prodotti ad hoc per determinate tipologie di clientela all'opportunità di sviluppare nuove modalità di interazione, promuovendo lo sviluppo di un nuovo approccio alla consulenza. Tuttavia, se da un lato si rilevano nuove aree di intervento e cambiamenti repentini, dall'altra persistono delle resistenze che andranno superate in maniera piuttosto veloce. Ciò appare ancora più necessario se si confronta il mercato italiano con lo scenario internazionale: ad esempio si rileva come negli USA i consulenti che approcciano agli strumenti digitali siano in grado di creare portafogli di qualità e maggiormente redditizi. Allo stesso modo, come riportato da Massimo Antonello Piancastelli, Chairman Of The Board, Yi Tsai Wealth Management e Responsabile Wealth Management Development China, Intesa Sanpaolo, in Cina il modello finanziario si è adattato ad un'abitudine digitale dei clienti già esistente (a differenza del mercato italiano ed europeo). Infatti, quella cinese è ormai una cashless society, poiché tutti i pagamenti avvengono attraverso le due piattaforme che sono Alipay e WeChat Pay



che hanno di fatto monopolizzato il mercato dei pagamenti, un fenomeno che coinvolge tutta la popolazione, indipendentemente da età e classe sociale. Infine, diverse esperienze e statistiche del mercato anglosassone riportano come sia frequente l'utilizzo di piattaforme di CRM nel mondo della consulenza: in questo senso un'ulteriore sfida per il mercato italiano sarà anche la creazione di un CRM integrato e condiviso.



### **La consulenza finanziaria per gli imprenditori italiani costruita con il digitale**

La pandemia ha rappresentato un'importante occasione per riflettere su alcune tematiche relative ai modelli di servizio diffusi tra banche ed imprese nel periodo pre Covid. A riportarlo è stato Carlo Giausa, Head of Investments & Private Banking, Banca Sella Holding che ha ricordato come, nonostante diverse difficoltà, si sia riusciti a supportare gli imprenditori, aiutandoli ad interagire da remoto con i propri clienti e a spostarsi sui canali e-commerce, attività rese possibili soprattutto grazie all'aiuto di società partecipate e partnership commerciali.

«Quest'anno – ha affermato Mauro Massironi, Head of Sales, Azimut Wealth Management – sono aumentati i touchpoint tra clienti e imprenditori». «In questo modo – ha proseguito Massironi – gli imprenditori hanno iniziato a vedere nel mercato nuove opportunità in precedenza non prese in considerazione, un cambiamento in cui il ruolo del consulente è stato fondamentale». Quali trend impatteranno ulteriormente la relazione tra banca e imprenditore? Per Massimiliano Nannetti, Head of Private Banking Network, Banca Aletti, «ad assumere rilevanza è stato soprattutto il tema del passaggio generazionale: ciò è avvenuto soprattutto durante il lockdown quando alcune delle attività produttive si sono fermate per poi riprendere gradualmente il ciclo, un periodo in cui molti imprenditori hanno avuto più tempo per riflessioni di questo genere».

*Intervista a*

*Gianni Martino, Mobility & Tourism Expert*

## **Mobility Management 2021, coniugare Innovazione e Mobilità Sostenibile**

---

**Elena Vaciago, Associate Research Manager**

*The Innovation Group*



Sono numerose le sfide che i Mobility Manager devono oggi considerare: dai servizi da introdurre nei piani di mobilità aziendali, alla svolta verso la mobilità elettrica, le innovazioni che sfruttano il digitale e la telematica per migliorare il Fleet Management, l'efficientamento dell'uso dei mezzi, le opportunità legate alla shared mobility e l'integrazione con il trasporto pubblico.

Parliamo di questi temi con Gianni Martino, Mobility & Tourism Expert, che su questi aspetti intervorrà nel corso dello Smart Mobility, Transport & Logistics Summit 2021 organizzato da The Innovation Group il prossimo 21 aprile 2021.

### **Come sono cambiati i paradigmi della Mobilità aziendale nell'ultimo periodo? e quale sarà il ruolo del Mobility Manager in futuro?**

Il Mobility Manager avrà sempre di più un ruolo chiave nella transizione ecologica delle aree urbane, ed anche un impatto positivo sul benessere delle persone, migliorando anche il rapporto tra le aziende e i loro lavoratori. Le aziende potranno in futuro prendersi cura di una componente della giornata lavorativa, quella dello spostamento fisico, che fino ad oggi è stata tutelata solo a fini assicurativi, e per il resto ignorata.

La redazione a cura delle imprese di piani di spostamento "casa-lavoro", con la gestione di un mix corretto e alternativo di mobilità privata, pubblica, condivisa e dolce, consentirà una notevole riduzione nell'uso di mezzi privati e conseguentemente nella fruibilità finale dello spazio urbano. Oggi la figura del Mobility Manager costituisce un obbligo di legge per le aziende con oltre 100 dipendenti, una soglia che potrebbe però abbassarsi e riguardare anche aziende che, anche con un numero minore di persone, presenti contemporaneamente in ufficio, possono comunque generare stress in aree urbane circoscritte. C'è però tuttora un elemento che frena la volontà del legislatore, in ordine agli spostamenti casa-lavoro: cosa servirebbe per far reagire le aziende e spingerle maggiormente a implementare la figura del Mobility Manager? Invece di introdurre sanzioni e schemi penalizzanti, avrebbe molto più senso un sistema di incentivi, considerando il fatto che politiche incentivanti possono rappresentare un importante passo avanti verso città migliori, oltre che permettere alle aziende di migliorare e di risparmiare, ad esempio con una gestione condivisa delle auto in flotta.

## **Sostenibilità ambientale, auto elettrica o ibrida, controllo dei consumi: come evolve il Fleet Management?**

Il Fleet Management dovrà evolvere per forza di cose nei prossimi anni. C'è molta demagogia oggi nella spinta verso una transizione dai combustibili fossili all'energia elettrica nella mobilità e nei trasporti: tra l'altro, è bene sempre ricordarlo, la stessa energia elettrica è per lo più generata da combustibili fossili (in Italia soprattutto da oli pesanti e idrocarburi, mentre la Germania, ad esempio, è ancora molto sbilanciata sul carbone). Questo cambio epocale avrà sicuramente impatto sul Fleet Management, sia per le aziende che per piccoli o grandi gestori di flotte aziendali, per non parlare di società di logistica o noleggio. E non vi è dubbio che, dalla progressiva sostituzione dei mezzi a combustione interna con mezzi elettrici, potrà scaturire un grande, diretto ed immediato benessere per gli abitanti delle città, ma ... a quale costo?

Bisogna infatti porsi varie domande: riuscirà la rete elettrica a sostenerne il carico se il passaggio alle auto elettriche sarà troppo veloce? Riuscirà la produzione di energia elettrica pulita a sostituire se pur progressivamente il fossile? E dal punto di vista di chi gestisce le flotte, sarà economicamente sostenibile in termini sia di costi, sia di facilità di utilizzo (ossia di disponibilità di ricariche e autonomia equiparabili alla situazione precedente).

A supporto della diffusione della mobilità elettrica dovranno intervenire tecnologie di distribuzione capillare dell'energia, che va resa "mobile" essa stessa e non solo "trasportabile" attraverso la rete. Serviranno sistemi, anch'essi mobili, di bilanciamento, per dare la possibilità di una re-immissione in rete dell'energia necessaria ed evitare quindi il verificarsi di blackout.

*Le aziende dovranno mettere in campo sistemi e modalità alternative di confronto e socializzazione tra il personale, che oggi il telelavoro priva dei momenti di contatto, puntando a ripristinare condizioni di interscambio e socializzazione*

## **Co-working, ridisegno degli spazi, aziende diffuse sul territorio: come stanno evolvendo i modelli di lavoro e di spostamento delle persone?**

Il cambiamento repentino delle abitudini lavorative cui la pandemia ci ha costretto (in un tempo, peraltro, straordinariamente breve) sfavorisce le grandi concentrazioni di uffici e costringe le aziende e gli operatori immobiliari ad un ripensamento degli spazi. Il co-working risulterà probabilmente meno penalizzato rispetto all'ufficio gestito direttamente, ma dovrà a sua volta essere rivisto, quantomeno nell'offerta dei suoi servizi accessori. Quella dei nuovi modelli lavorativi è quindi una partita aperta, è difficile fare previsioni ma abbiamo già dei riscontri. La situazione recente ha dimostrato che si può lavorare da casa, che non servono più tutti gli spazi che eravamo abituati a utilizzare per il lavoro in ufficio. Le nuove modalità di lavoro avranno quindi conseguenze sostanziali sulla mobilità: pensando ai grandi agglomerati di uffici creati negli ultimi anni, spesso in zone periferiche, bisognerà ripensare il loro utilizzo e la mobilità subirà un cambiamento straordinario, in quanto i flussi attesi di persone non saranno quelli che si avevano in precedenza.

L'impatto sulla mobilità lo si può già intravedere con chiarezza: spazi e servizi pensati per gestire grandi flussi di auto, concentrati in fasce orarie definite, dovranno essere rivisti. Da contro, le aziende dovranno mettere in campo sistemi e modalità alternative di confronto e socializzazione tra il personale, che oggi il telelavoro priva dei momenti di contatto (essenziali soprattutto per noi italiani), puntando a ripristinare condizioni di interscambio e socializzazione.

Figure come il Mobility Manager possono supportare aziende ed enti a ripensare gli spostamenti in funzione della minore domanda di attività in ufficio.

# Un imperativo per il 2021: una Cybersecurity nazionale sostenibile e inclusiva

**Elena Vaciago, Associate Research Manager**

***The Innovation Group***

Nel 2021 la probabilità di subire un attacco di cybersecurity sarà più alta che mai e il Board delle aziende chiederà sempre di più di essere assicurato sul livello di Resilienza raggiunto per le infrastrutture.

La pandemia da coronavirus del 2020 ha portato in primo piano la necessità di garantire la Safety delle Persone e la Continuità operativa del Business.

Se il primo bisogno è stato soddisfatto con un ampio ricorso allo Smart Working, rimane oggi il tema di innalzare la Resilienza delle infrastrutture e dei servizi per il Digitale, in uno scenario in cui i Rischi cyber diventavano giorno dopo giorno più pericolosi.

A questo si aggiunga il fatto che le aziende dipendono da un livello di digitalizzazione molto più esteso rispetto al passato, in molti hanno già spostato dati, applicazioni e processi in cloud, e quest'ultimo, a sua volta, sta dimostrando numerose vulnerabilità (in alcuni casi sfortunati poi, anche la mancanza di procedure di base di Disaster Recovery ...): tutto porta a mettere in primo piano l'attenzione sui temi della protezione del digitale.

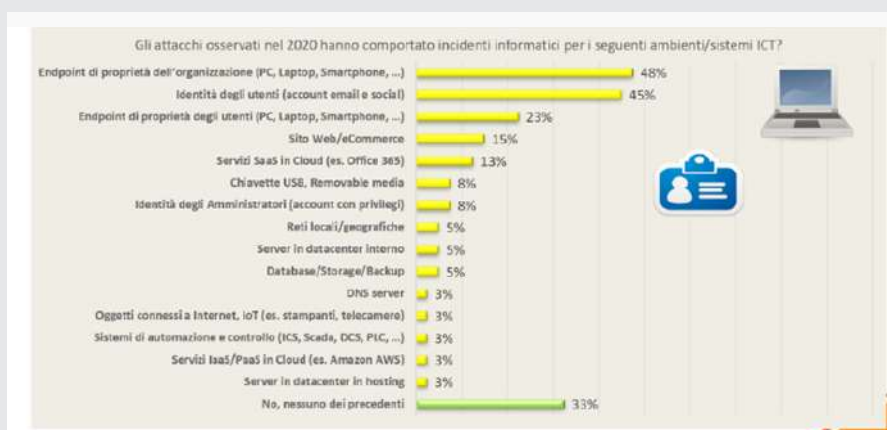
### **TIG: attacchi in crescita, endpoint e identità gli ambienti più colpiti**

Durante il “Cybersecurity Summit Live 2021” dello scorso 9 marzo 2021, The Innovation Group ha presentato qual è il livello di maturità della Cybersecurity raggiunto nelle organizzazioni italiane. “Gli attacchi cyber sono in continua crescita, sono diventati all’ordine del giorno – ha commentato Ezio Viola, Co-Founder, The Innovation Group, presentando i risultati della Survey “Cyber Risk Management 2021”. “La situazione è molto ampia e

complessa, le aziende devono però concentrarsi non solo sugli attacchi più frequenti (phishing, malware) ma – soprattutto – su quelli potenzialmente più dannosi.

Tra questi, purtroppo, sia la CEO Fraud sia il Ransomware hanno dimostrato nell’ultimo anno di poter comportare perdite finanziarie molto elevate. Considerando gli ambienti più colpiti, si confermano anche quest’anno le vulnerabilità di endpoint e credenziali. Importanti anche i danni subiti dai siti (web, ecommerce) e in crescita gli incidenti che riguardano gli

### **Endpoint, identità, ma anche il sito Web/eCommerce e i servizi SaaS gli ambienti più colpiti**



Fonte: TIG, Cyber Risk Management 2021 Survey, febbraio 2021. N=50

ambienti cloud. Solo un'azienda su 3 è riuscita a evitare di subire danni per questi ambienti, una percentuale però in crescita (era circa il 10% lo scorso anno)”.

“Osserviamo un trend degli attacchi in aumento, capacità tecnologiche sempre più avanzate e attacchi sempre più mirati” ha commentato Nunzia Ciardi, Direttore Polizia Postale e delle Comunicazioni. Nel 2020 si è assistito a una recrudescenza degli attacchi contro aziende del Made in Italy, con una cyber criminalità costituita sempre di più da sodalizi ben strutturati e transnazionali, cosa che naturalmente complica le investigazioni.

In aggiunta, le capacità tecnologiche degli attaccanti crescono progressivamente: le organizzazioni criminali investono molto in tecnologia, per cui il livello tecnologico è in continua crescita. Nel darkweb sono in vendita software e strumenti da usare per attaccare reti e sistemi, che possono oggi essere utilizzati anche da non esperti: il Cybercrime-as-a-service è un fenomeno sempre più massiccio, e preoccupa quanto la capacità degli attaccanti di cancellare il proprio passaggio, ricorrendo a navigazioni anonime, coprendo e manipolando le tracce lasciate, anche quelle di tipo finanziario.

“Abbiamo visto come la pandemia abbia comportato una più ampia digitalizzazione, ma questo ha avuto come effetto un ampliamento del perimetro e della superficie di attacco – ha commentato Nunzia Ciardi. Oggi le tipologie di attacco più insidiose sono Ransomware, DDoS e presa in ostaggio di dati sensibili. Le minacce BEC e CEO Fraud inoltre sono in aumento esponenziale: + 357% nel 2020 rispetto al 2018. Però abbiamo anche incrementato, del +60%, la nostra capacità di recupero dei fondi frodati, segnale che lo sforzo di difesa progredisce”.

### **Polizia Postale: cosa preoccupa di più nei trend del cyber crime**

Con riferimento ai fenomeni estorsivi nei confronti di grandi imprese, le tecniche viste dalla Polizia Postale sono oggi molto più mirate e rivolte soprattutto a chi può pagare, segnale che da attacchi polverizzati a una miriade di obiettivi siamo passati oggi ad attacchi molto sofisticati, con tecniche che variano a seconda dell'obiettivo. La cifratura dei dati è una componente fondamentale: si osservano anche minacce di campagne DDoS rispetto alle quali viene chiesta una somma di denaro in cambio, o la presa in ostaggio di dati sensibili: il criminale manda una prova di quello che ha in mano e, se non riceve il riscatto, minaccia la pubblicazione dei dati. Si conferma poi la matrice puramente criminale degli attacchi, mentre quelli legati ad atti attivisti e di contrapposizione ideologica sono in diminuzione.

“La sicurezza informatica è un orizzonte che si allontana continuamente e che bisogna continuamente raggiungere: anche nel contrasto e nella difesa bisogna sempre evolvere” ha commentato Nunzia Ciardi. Come devono



**Osserviamo un trend degli attacchi in aumento, capacità tecnologiche sempre più avanzate e attacchi sempre più mirati**





reagire le aziende? “È un tema delicato – conclude Ciardi – Far emergere una sottrazione di dati può essere un problema, perché aggiunge il danno di reputazione a quello già subito dall’azienda, ma rimane il fatto che va denunciato l’attacco e ricercata l’alleanza con i settori pubblici che hanno queste attività nella loro missione istituzionale. È fondamentale per spezzare la catena criminale: non si può continuare a pagare riscatti nascondendo attività di questo tipo perché in termini di collettività il costo sarà alto. In conclusione, oggi bisogna investire in sicurezza, essere consapevoli che un eventuale costo legato a un incidente può essere molto elevato, come dimostrato dai casi in cui attività industriali e cicli produttivi sono rimasti fermi per giorni. Bisogna investire in modo intelligente in sicurezza, nei processi di digitalizzazione, una quota inscindibile è la sicurezza”.

## **Perimetro Nazionale di sicurezza e piani di digitalizzazione delle aziende**

Come investire quindi al meglio in Cybersecurity? Numerosi gli spunti emersi nel corso dell’intera giornata del Summit. Parlando di applicazione del Perimetro Nazionale di sicurezza (nella Sessione Plenaria 2, a cui hanno partecipato Paolo Ardemagni, Senior Regional Director Southern Europe, Emerging Markets, SentinelOne, Andrea Chittaro, Presidente, AIPSA, Rocco De Nicola, Full Professor, IMT Lucca, Fabio Lazzini, DPO / CISO, Sogei, Yuri Rassega, Head of Cyber Security, Global Digital Solutions, Enel, Luca Calindri, Country Sales Manager Italy & Malta, Thales), è emerso che

1. La definizione di un Perimetro Nazionale è stata ed è un’esigenza sentita, soprattutto in aziende che rappresentano il mondo delle Infrastrutture critiche nazionale, e che per prime hanno promosso e favorito nel tempo iniziative di infosharing e collaborazione con le parti istituzionali.
2. L’adozione del Perimetro, così come si è configurato negli ultimi mesi, può però mettere in luce alcune criticità e punti di attenzione. La velocità con cui le aziende sono oggi chiamate a rispondere con misure di sicurezza continuamente al passo con gli sviluppi in chiave Digitale delle organizzazioni, non può essere frenata da norme nazionali (proprio per questo motivo, quelle principali a livello internazionali sono andate sempre di più nella direzione di fornire indicazioni di massima, non stringenti sulle misure da adottare in ogni singola organizzazione). Il rischio è anche una perdita

di competitività delle nostre industrie.

3. Un punto importante è che, nel corso del recente dibattito delle Commissioni parlamentari sul nuovo DPCM del Perimetro, sia stato proposto di introdurre un periodo di sperimentazione nella prima attuazione delle nuove norme. Questo aiuterebbe anche a responsabilizzare le aziende. Le tempistiche di notifica di eventuali incidenti presenti nelle ultime norme del Perimetro risultano molto stringenti, bisogna verificare che siano attuabili. Bisogna verificare che gli aspetti relativi al procurement e al nuovo ruolo del CVCN, non siano penalizzanti anche in ottica di supply chain allargate: il tessuto industriale italiano è molto frammentato, bisognerebbe investire in cultura della cybersecurity e soprattutto in un security-by-design per evitare possibili penalizzazioni una volta che le norme saranno a regime.

“Bisogna costruire modelli effective e sostenibili per la sicurezza – ha commentato Yuri Rassega, Head of Cyber Security, Global Digital Solutions di Enel – Quando si spinge troppo sull’indicazione esatta di cosa fare, con un modello impositivo, paradossalmente si può avere un effetto contrario.

Serve invece indicare elementi sufficienti e disimpegnare la fase creativa, che in questo contesto deve esserci, perché le minacce sono molto dinamiche, è evidente che nessuna norma sarà così rapida da tenere il passo con questa evoluzione.

Devono invece esserci processi di inseguimento continuo delle minacce, di reazione comune organizzata lungo la catena



del valore, quindi allargata alle supply chain.

L’unica prescrizione deve essere sull’esistenza di processi di gestione, con persone che

ragionano secondo questa logica e che collaborano e creano infosharing con i settori adiacenti e con le istituzioni. Questo è l’unico modello sostenibile”.



# DPO e sistemi informativi a tre anni dall'entrata in vigore del GDPR

---



**Valentina Frediani, General Manager**  
**Colin & Partners**

L'Autorità Garante per la protezione dei dati personali ha recentemente ribadito come il tema degli attacchi costituirà oggetto di indagine ai fini dei controlli di propria competenza per il primo semestre 2021. A quasi tre anni dall'entrata in vigore del Regolamento Europeo per la protezione dei dati personali molte aziende ignorano ancora la portata specifica delle norme relative all'accountability presenti nel Regolamento stesso.

L'articolo 24 prevede espressamente che il Titolare del trattamento ponga in essere misure tecniche ed organizzative riesaminandole e riaggiornandole. E proprio con riferimento alle misure tecniche occorre ricordare come i vari provvedimenti dell'Autorità nazionale e dell'European Data Protection Board in questi tre anni abbiano più volte ribadito la necessità di dimostrare la valutazione dei rischi originariamente effettuata con l'entrata in vigore del Regolamento e le varie evoluzioni che possono aver variato i rischi stessi con riferimento ai fornitori sui quali possono essere stati esternalizzati trattamenti o attività di assistenza e manutenzione.

Il tema è dunque particolarmente rilevante per chi opera nei sistemi informativi in quanto pur restando in capo al Titolare l'onere di porre in essere una regia rispetto a queste valutazioni resta inteso come soltanto chi effettivamente opera sulle misure tecniche stesse possa dare un contributo in tema di valutazione dei rischi e selezione anche degli strumenti mediante i quali poterli andare a rilevare.



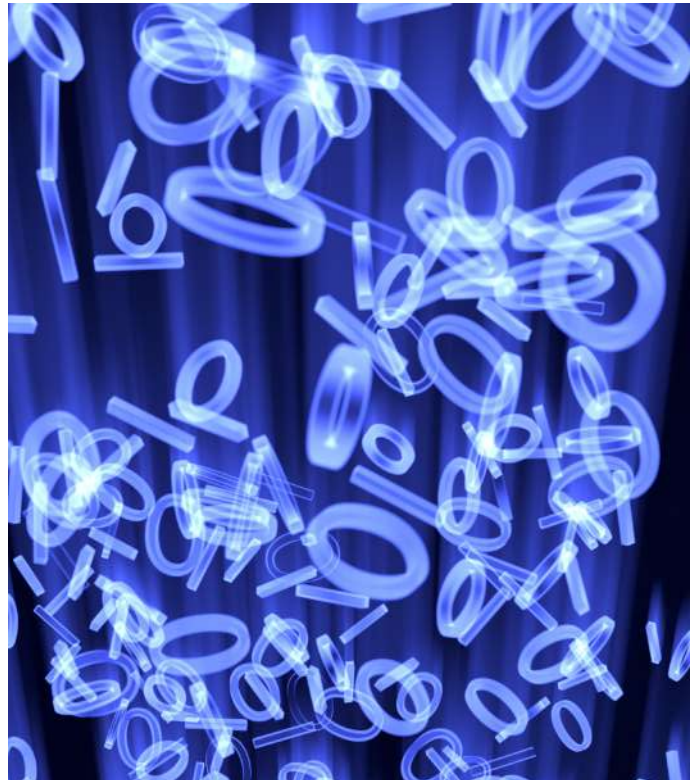
Gli ultimi mesi hanno visto aumentare in modo esponenziale gli attacchi informatici; nonostante ciò le aziende ancora oggi continuano a dissociare il tema dell'obbligatorietà normativa della valutazione dei rischi dall'efficacia che tale adeguamento normativo potrebbe produrre anche sulla prevenzione di eventi dannosi per il business.

In questo panorama assumono una funzione fondamentale i Data Protection Officer (DPO) i quali dovrebbero farsi portatori non solo di una sorveglianza passiva atta ad intervenire laddove vi siano richieste specifiche da parte del Titolare o dei suoi responsabili, ma anche per promuovere attivamente una cultura "di allineamento" tra i sistemi informativi ed i correlati obblighi normativi. Sotto questo profilo si notano delle forti carenze lamentate anche in più provvedimenti emanati dall'Autorità Garante per la protezione dei dati personali rispetto al coinvolgimento dei DPO sui progetti di informatizzazione e digitalizzazione in via preliminare al fine di poter consentire al DPO stesso di poter fornire indicazioni idonee affinché investimenti piuttosto che scelte di business avvengano in linea con

le prescrizioni normative. Occorre ricordare che in caso di controllo della Guardia di finanza proprio il tema della valutazione dei rischi e di come la stessa sia stata formulata, rappresenta uno degli elementi necessari per verificare la conformità dell'approccio adottato da parte dell'azienda nell'applicare il Regolamento in materia di privacy. Il rapporto, pertanto, tra DPO e sistemi informativi deve essere di "continuità": dalla fase di pre-selezione dei fornitori, a quella di attivazione di un progetto sino alla verifica del recepimento e della conformità normativa una volta posti in essere obiettivi afferenti l'area informatica che possano pregiudicare la sicurezza dei dati. Di tali attività occorre dare una tracciabilità che deve trovare nel DPO una regia ben organizzata e costantemente allineata sugli eventi che caratterizzano gli aspetti di digitalizzazione ed informatizzazione dell'azienda.

Proprio la tracciabilità sembra essere invece uno degli aspetti meno valorizzati e meno compresi allo stato attuale. Benchè il Regolamento non citi mai in modo diretto vulnerability assessment e penetration test, questi sono indubbiamente soluzioni che consentono di dimostrare l'avvenuta analisi delle tematiche di sicurezza. E se da una parte le misure tecniche sono fondamentali, l'altra "metà del cielo" è rappresentata dalle misure organizzative, che anche in questo caso costituiscono oggetto di controllo da parte degli organi preposti. Dunque anche su questo fronte il flusso collaborativo tra DPO e sistemi è imprescindibile: si considerino ad esempio le misure organizzative di base che debbono disciplinare il modus operandi in caso di data breach piuttosto che di gestione degli amministratori di sistema o di valutazione del privacy by design rispetto a nuovi applicativi da inserire in azienda: laddove vi sia carenza delle definizioni di questi aspetti che dovrebbero essere disciplinati dalle misure organizzative, il rischio è che all'azienda venga sollevato un tema di non conformità per carenza di procedure o processi atti a garantire il reale recepimento del Regolamento nella gestione "quotidiana".

È essenziale quindi che il Responsabile dei sistemi informativi aziendali si lasci "stimolare" ed a sua volta "stimoli" sotto il profilo privacy le relazioni con il DPO nell'interesse dell'azienda, ricordando che quando parliamo di tutela di dati personali non si può prescindere evidentemente dalla tutela anche delle informazioni aziendali e che le stesse sono fonte di sopravvivenza soprattutto nell'attuale panorama economico internazionale!



# Meditato ma inesorabile, il percorso verso il cloud delle aziende italiane

---

**Roberto Bonino,**  
**Giornalista, Research and Content Manager**  
*The Innovation Group*



La recentissima indagine “The Digital Business Transformation Survey 2021”, realizzata da The Innovation Group (TIG), mostra come il cloud computing, soprattutto negli aspetti più legati alla migrazione di workload o componenti infrastrutturali, sia uno dei pilastri per l’innovazione delle aziende italiane, con percentuali di investimenti definiti per il 2020 o programmati per il 2021 superiori al 60%. I responsabili della tecnologia in azienda, in modo particolare, hanno indicato, nel 48% dei casi, la strategia multicloud come iniziativa prioritaria per l’anno in corso, alle spalle solo della sicurezza nelle sue varie sfaccettature (business continuity, compliance, risk management) e a pari merito con lo smart working, un tema asceso di importanza a seguito degli effetti della pandemia, che si stanno trascinando nel tempo.

Una trasformazione digitale acceleratasi notevolmente nel corso dell’ultimo anno e la modernizzazione dell’IT avviatasi da tempo sono fattori strategici di spinta per un’adozione più convinta di infrastrutture ibride, in un contesto nel quale la compresenza di risorse fisiche e virtuali, on-premise e cloud, va bilanciata con la riduzione nella complessità di gestione, i workload devono potersi muovere verso l’ambiente più utile alle esigenze del business, il personale IT deve diventare più trasversale e meno specializzato, gli obiettivi di governance e compliance vanno a braccetto con quelli di sicurezza e protezione dei dati.

*I responsabili della tecnologia in azienda hanno indicato, nel 48% dei casi, la strategia multicloud come iniziativa prioritaria per l’anno in corso, alle spalle solo della sicurezza nelle sue varie sfaccettature*

Da queste basi, ha preso le mosse un'indagine qualitativa che Indigo Communication ha realizzato analizzando esperienze e riflessioni di oltre quindici aziende di dimensioni grandi e medio-grandi, appartenenti a diversi settori merceologici, in particolare al manufacturing, all'energy e ai servizi. Parliamo di realtà con una tradizione radicata, che per molto tempo hanno lavorato in modo pressoché esclusivo con il proprio data center interno, talvolta possono aver compiuto scelte di esternalizzazione in hosting e solo da qualche anno hanno avviato processi di migrazione verso il cloud. In tutti i casi, siamo di fronte a infrastrutture ibride, con un percorso evolutivo in corso, che però al momento solo in pochi casi sfocerà in una totale adesione alla logica full-cloud.

Ad accomunare le esperienze esaminate è un percorso iniziato più o meno ovunque con la trasposizione verso l'esterno di strumenti e applicazioni "commoditizzate", dalla posta elettronica alla produttività individuale. Prevalgono scelte di natura SaaS (Software-as-a-Service), per ragioni di semplicità e di offerta di mercato, mentre il concetto di PaaS (Platform-as-a-Service) è stato adottato dalle realtà che hanno voluto eliminare la necessità di installare in casa hardware e software per sviluppare o lanciare nuove applicazioni.

Lo scenario appare comunque in rapida evoluzione. Il ritmo dei cambiamenti di mercato sta agendo da fattore di spinta primario verso una maggiore adozione del cloud, in diversi casi fungendo da motore per un'evoluzione più strategica della gestione infrastrutturale dell'IT, in qualche situazione minoritaria forzando resistenze più radicate. La migrazione è fin qui avvenuta con tempi in generale piuttosto lenti e meditati, nell'arco di diversi anni, mentre ora sembra esserci una certa accelerazione. Laddove l'IT è riuscita a ritagliarsi un ruolo riconosciuto di abilitatore a supporto del business, il passaggio appare più compiuto e metabolizzato, mentre in altri casi stanno giocando un peso rilevante fattori come gli adeguamenti normativi, il mutamento dello scenario competitivo o anche la repentina ascesa dello smart working e della collaboration legata agli effetti del Covid-19 sulle abitudini lavorative.







## **ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER MENSILE!**

**Ricevi gli articoli degli analisti di  
The Innovation Group e resta aggiornato  
sui temi del mercato digitale in Italia!**



COMPILA IL FORM DI REGISTRAZIONE SU  
[www.theinnovationgroup.it](http://www.theinnovationgroup.it)