

SETTEMBRE 2021

011
111
101
110
111



IL CAFFÈ DIGITALE



CON LA STRATEGIA CLOUD ITALIA INCOMINCIA IL FUTURO DELLA PA

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

Stefano Brandinali
Chief Digital Officer
Gruppo Prysmian

**FOCUS
PA**

**L'applicazione del PNRR
all'interno della PA: benefici,
ostacoli, opportunità**

**VOCI
DAL MERCATO**

**L'abbattimento dei consumi,
pillar della strategia IT**

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
Con la Strategia Cloud Italia
incomincia il futuro della PA
Valentina Bernocco

12

LA VISIONE DEI LEADER
Privacy e public health
nell'ambito della ricerca
genomica
Mariarosaria Taddeo

14

BANCHE E FINTECH
CRM, AI e Open Banking sono
sempre più rilevanti all'interno
dei processi bancari
Carmen Camarca

5

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



*Stefano
Brandinali
Chief Digital
Officer
Gruppo
Prysmian*
Elena Vaciago

7

**COSA È SUCCESSO
NELL'ULTIMO MESE**
I nuovi trend del mercato
digitale che rileviamo
con le ultime trimestrali
Carmen Camarca





16

CYBERSEC E DINTORNI

Realizzare una collaborazione pubblico privato per la Cybersecurity

Elena Vaciago



18

DIRITTO ICT IN PILLOLE

Dalla Commissione
Europea nuove
indicazioni sui
contratti da stipulare

Valentina Frediani



20

FOCUS PA

L'applicazione del PNRR all'interno
della PA: benefici, ostacoli, opportunità

Carmen Camarca

23 VOCI DAL MERCATO

L'abbattimento dei consumi,
pillar della strategia IT

Roberto Bonino

Con la Strategia Cloud Italia incomincia il futuro della PA

Valentina Bernocco, Giornalista
Technopolis e IctBusiness

La Strategia Cloud Italia dovrà servire a modernizzare i servizi delle amministrazioni centrali e locali, ma anche a garantire quella sicurezza che oggi manca.



Anche la Pubblica Amministrazione italiana dovrà essere “cloud first”. Un’espressione cara ai fornitori di tecnologie, che la usano e la pubblicizzano abbondantemente. Nella Strategia Cloud Italia, annunciata a settembre dal ministro per l’Innovazione tecnologica e la transizione digitale Vittorio Colao, si cita questa espressione spiegando che gli strumenti e le tecnologie di tipo cloud beneficeranno di una “adozione prioritaria” da parte degli enti della PA ogni qual volta si debbano sviluppare nuovi servizi o utilizzare un nuovo software. Verrebbe da dire che il governo ha finalmente aperto gli occhi, perché il destino tecnologico del mondo va inevitabilmente in questa direzione. Secondo le stime di MarketsandMarkets Research, nel 2020 il mercato dei servizi di infrastruttura, piattaforma e software in cloud valeva 371,4 miliardi di dollari, mentre nel 2025 supererà gli 832 miliardi. L’osservazione (ovvia) che nasce spontanea è che oggi, nel mondo post pandemia, della “nuvola” non possiamo proprio fare a meno: come individui, cittadini, aziende, siamo tutti sempre più dipendenti dalla necessità di vivere e lavorare connessi alla Rete. I lockdown del 2020 non hanno fatto che accentuare la tendenza globale alla migrazione in cloud già in atto. E in effetti anche nel settore pubblico italiano ci sono stati esempi virtuosi di adozione rapida dello smart working di massa, come il Ministero del Lavoro e Istat.

Secondo le stime di MarketsandMarkets Research il mercato dei servizi di infrastruttura, piattaforma e software in cloud nel 2025 supererà gli 832 miliardi di dollari

Ma c'è stato anche l'episodio non edificante del collasso del portale dell'Inps, che nel click day del 1° aprile 2020 non ha retto il peso del traffico in entrata. Questo squarcio sulle magagne dell'IT della Pubblica Amministrazione, d'altra parte, è un po' il segreto di Pulcinella. Il censimento 2018-2019 di AgID, l'Agenzia per l'Italia digitale, ha evidenziato carenze nei requisiti minimi di sicurezza per il 95% dei data center della Pubblica Amministrazione sui 1.252 analizzati. Ora le risorse non ci mancano: per il piano Strategia Cloud Italia ci saranno a disposizione 6,7 miliardi di euro del Pnrr, che dovranno servire a realizzare una "casa moderna per i dati degli italiani", per citare le parole di Colao. Ovvero a modernizzare e riqualificare i data center della Pubblica Amministrazione, a garantire interoperabilità dei servizi, portabilità dei dati, oltre a sovranità digitale, controllo e protezione dei dati nel rispetto dei valori europei del Gdpr, resilienza, scalabilità, reversibilità. Gli enti pubblici che attualmente non soddisfano i requisiti minimi di sicurezza definiti dall'AgID dovranno migrare verso "soluzioni cloud qualificate" dall'agenzia o verso il Polo Strategico Nazionale, cioè l'infrastruttura ad alta affidabilità promossa dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri, per cui si prevedono almeno quattro data center da realizzare entro il 2022. Inoltre, sarà adottata una nuova classificazione dei dati e servizi della PA, che saranno suddivisi fra "strategici" (cioè di impatto diretto sulla sicurezza nazionale, come il bilancio dello Stato), "critici" (rilevanti per la società, per esempio quelli relativi a salute dei cittadini e al benessere economico e sociale) e "ordinari" (se vengono a mancare, non causano l'interruzione di servizi essenziali). Ora si attende la pubblicazione, entro la fine dell'anno, del bando di gara per la realizzazione del Polo Strategico Nazionale. Secondo i piani, la migrazione di dati e servizi della PA dovrà essere completata entro il 2025.



La "casa moderna" annunciata da Colao dovrà essere "una casa flessibile, con stanze diverse, ma tutte con lo stesso livello di sicurezza": per costruirla serviranno le giuste tecnologie, per proteggerla e mantenerla solida nel tempo serviranno le competenze. Le due grandi questioni sul piatto. Il ministro per l'Innovazione ha promesso che la scelta dei fornitori sarà fatta valutando gli "opportuni requisiti tecnico-organizzativi" e non sarà una scelta politica. Ed è quello che tutti ci auguriamo, immaginando un'Italia diversa in tutti i sensi e non solo dal punto di vista della tecnologia.

*Stefano Brandinali, Chief Digital Officer
Gruppo Prysmian*

Innovazione Digitale: come affrontare le nuove sfide

*Elena Vaciago, Associate Research Manager
The Innovation Group*



Quali sono le iniziative strategiche che le aziende italiane stanno sviluppando in tema di Innovazione Digitale? Quali gli obiettivi da porsi e come organizzarsi in modo ottimale per esplorare nuovi campi di applicazione? Infine, quale può essere il ruolo delle società IT, nel supportare questi cammini di trasformazione in chiave digitale? In questa intervista con Stefano Brandinali, Chief Digital Officer di Gruppo Prysmian, è affrontato il tema sempre più rilevante di come impostare un corretto percorso e aiutare l'impresa a cogliere opportunità sempre nuove.

Qual è la vostra visione sull'Innovazione Digitale?

A partire dal 2018, abbiamo creato una funzione dedicata alle progettualità digitali innovative, che conta oggi circa 15 persone e investimenti intorno a un milione di euro all'anno. Si tratta di un team che, se confrontato con le 300 persone dell'IT tradizionale, appare molto contenuto. In realtà in quest'area abbiamo importanti obiettivi strategici: ad esempio, puntiamo ad aiutare la società, che è un'industria manifatturiera che produce cavi, quindi prodotti fisici, a diventare un Solution Provider. Questo comporta affrontare aspetti di Servitization, ossia, far passare l'azienda dalla semplice fornitura di un prodotto, all'erogazione di soluzioni comprensive di nuovi servizi, che risolvano i diversi problemi dei clienti. Poi, secondo obiettivo, cerchiamo di sfruttare il più possibile il capitale dei dati. Essendo un'azienda ad elevato contenuto tecnologico, con 106 stabilimenti, 12 miliardi di fatturato e 30mila dipendenti, disponiamo già di un buon livello di automazione industriale e conseguentemente di moltissimi dati "grezzi" che arrivano dal campo. Ora questi dati andranno raffinati, valorizzati e governati: bisogna individuare le correlazioni nascoste e rispondere ai vari bisogni del business, ad es. di efficientamento operativo. Terzo obiettivo, ci siamo posti il tema di promuovere una nuova Leadership digitale. Per cambiare posizionamento strategico (e diventare un Solution Provider) serve infatti lavorare sul mindset dei futuri leader. Noi, all'interno del team di Innovazione Digitale, abbiamo una persona dedicata alla diffusione di una nuova cultura digitale interna.

Quali sono gli ambiti dell’Innovazione Digitale in cui siete oggi presenti?

Parlando di aree di applicazione, il primo tema è realizzare prodotti digitali partendo da quelli fisici, ossia dai cavi prodotti dal Gruppo. Il nostro compito è quello di aggiungere on top al prodotto fisico una soluzione software, con la quale gestire i dati. In questo modo, forniamo al cliente una soluzione completa di valore aggiunto informativo, di contenuto. Abbiamo poi, come secondo campo di applicazione, quello della Smart Factory. Qui di nuovo emerge il tema del dato, ossia come strutturare una fabbrica “intelligente”, come sfruttare il digital twin, le copie digitali dei processi fisici.

Terzo punto, abbiamo coniato un termine, “Digital Plancton”, per tutto quanto può aiutare a realizzare in azienda un “Digitale che nutre, è ovunque, ma non si vede”. In questo caso, l’obiettivo è realizzare soluzioni il più possibili trasparenti e semplici da utilizzare. Un esempio per tutti, l’assistente virtuale, che governa processi, automatizza una serie di procedure, si interfaccia in modo semplice con l’utente ed è ready-to-use ... rendendo superfluo il manuale di istruzioni. Una sorta di Alexa che in sala riunione risolve ogni problema: dal collegamento, alla ricerca del collega, alla chiamata, alla regolazione di luci e tapparelle. Tutto dovrà avvenire in modo naturale, semplice e veloce. Nell’ultimo anno le aziende hanno lavorato molto alla remotizzazione dei posti di lavoro, ma ora l’approccio è quello di riportare parzialmente le persone in azienda e governare i nuovi “ambienti ibridi” in modo più efficace ... È anche questo un tema su cui stiamo lavorando molto. Ci chiediamo: cosa servirebbe oggi per l’ufficio ibrido del futuro? Come potremmo lavorare meglio, visto che stare solo a casa è alienante?

Al momento non siamo pronti, abbiamo imparato a ottimizzare la gestione di tutte le persone contemporaneamente da remoto, ma tra pochi mesi avremo situazioni molto differenziate e miste, con ambienti sia di ufficio sia casalinghi. Questo mondo ibrido non è ancora pronto, è ancora da costruire: di fatto, la sfida è inventare ex novo le nuove modalità. Noi le stiamo studiando, coinvolgendo anche esperti di neuroscienze per capire cosa potrebbe essere più utile in futuro. Un altro tema che ci vede impegnati è quello

dell’etica digitale, dello sviluppo di un codice etico per le tecnologie digitali. Ad esempio, per garantire che le soluzioni digitali non siano utilizzate per tagliare posti di lavoro, o che gli algoritmi AI, che il nostro team sta sviluppando, siano rappresentativi delle diverse facce del genere umano, allo scopo di evitare la diffusione di pregiudizi inconsapevoli.

Come opera il vostro team dedicato ai temi dell’Innovazione Digitale?

Avendo scelto un approccio bimodale, all’area IT tradizionale è rimasta tutta la progettualità e l’operatività ordinaria, basata su piattaforme e soluzioni consolidate, mentre la funzione di Innovazione Digitale ha lo scopo di promuovere un’innovazione non solo IT. Opera con metodologie Agile, fasi di pilot e prototyping, occupandosi di aspetti dall’esplorazione all’MVP (minimum value product). L’eventuale scalabilità delle soluzioni che danno risultati promettenti viene poi svolta in vari modi: affidata all’IT, terziarizzata, o tramite startup create ad hoc. La funzione di Digital Innovation punta a sviluppare prodotti che ancora non ci sono, si concentra sulle cosiddette “next practice”, a differenza dell’IT tradizionale che persegue invece le “best practice”.

In tutto questo, come vede evolvere il compito delle società terze, dei System integrator che tipicamente svolgono un ruolo importante in molte aziende italiane?

Noi tendenzialmente cerchiamo di utilizzarli il meno possibile, perché possono avere un’ottima offerta generica, non differenziante. Meglio andare alla ricerca di “boutique di qualità” – con cui hai la possibilità di lavorare su temi esclusivi, oltre ad accedere a competenze verticali specializzate.

Il tema è che la vera differenza la fa la passione: nei collaboratori esterni (così come nella squadra interna) cerco motivazione ed entusiasmo, l’adesione a un sogno. Non mi interessa quanto tempo mi dedica un consulente, potrebbe stare tanto oppure poco: l’importante è che risponda al mio bisogno e, soprattutto, che si senta parte del progetto, che sia perfettamente integrato con i team interni.

I nuovi trend del mercato digitale che rileviamo con le ultime trimestrali

Carmen Camarca, Analyst
The Innovation Group

Il PIL Italia

Continua a essere rivisto al rialzo l'andamento del PIL in Italia. Secondo le consuete previsioni estive pubblicate dalla Commissione Ue, infatti, nel 2021 il PIL del nostro Paese aumenterà del 5% e nel 2022 al 4,2%. Come si legge nel documento «la previsione per il 2021 è significativamente superiore a quella della primavera grazie alla consistente revisione al rialzo del PIL nel primo trimestre e alla risposta dell'attività economica più forte del previsto dopo l'allentamento delle restrizioni e della mobilità». La scorsa primavera, si ricorda, la Commissione aveva previsto per l'Italia una crescita di +4,2% nel 2021 e +4,4% nel 2022. «Il miglioramento della situazione sanitaria "pone le basi" per un'espansione solida e sostenuta» e «gli investimenti pubblici e privati, sostenuti dalla diminuzione dell'incertezza delle imprese circa le prospettive della domanda e dall'attuazione del Pnrr, sono destinati a rimanere il principale motore di crescita», scrive inoltre la Commissione Ue nelle previsioni sul Pil italiano. Tra le altre previsioni si attende che «i



consumi dovrebbero rimbalzare notevolmente, aiutati dal miglioramento delle prospettive del mercato del lavoro e dalla graduale riduzione dei risparmi accumulati», ma «è probabile che il ritorno delle entrate dal turismo sia più graduale».

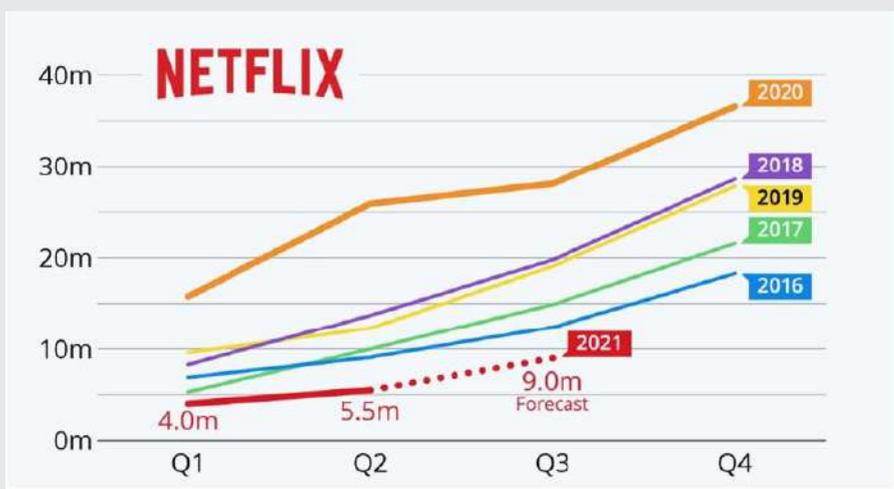
Nel commentare i risultati, il commissario all'economia Paolo Gentiloni ha affermato che «tutte le economie dell'UE raggiungeranno o supereranno i loro livelli pre-pandemia al più tardi entro il terzo trimestre 2022, e molti già alla fine di quest'anno». In particolare, è previsto che l'Italia raggiunga

i livelli di crescita pre-crisi nel corso del 2022 (mentre altri ci arriveranno prima, nel corso del 2021).

Il mercato dello streaming

Netflix cresce ancora dopo l'esplosione dello scorso anno durante la pandemia e i lockdown. Ma i risultati trimestrali riportati dal gruppo hanno in parte deluso le attese del mercato: i nuovi abbonati al 30 giugno erano 1,54 milioni, meglio degli 1,12 milioni previsti dalla società ma inferiori agli 1,75 milioni attesi da buona parte degli analisti.

Netflix Sees Slowest Growth in Years Following Pandemic Spurt
 Netflix's cumulative quarterly paid subscriber additions worldwide, by year



Fonte: Netflix, 2021

È il peggior rallentamento nella crescita degli abbonati in otto anni: per arrivare a un incremento di 5,5 milioni bisogna andare indietro fino al primo semestre del 2013, quando Netflix cominciava a proporre contenuti originali. Così l'annuncio segna un'altra svolta storica per la piattaforma di streaming tv: anche i videogiochi saranno prodotti in proprio, nell'ambito di una strategia pluriennale che in realtà appare ancora vaga, a cominciare dal lancio effettivo del servizio, che non ha ancora una data.

Il mercato degli smartphone

Storico sorpasso per Xiaomi: il marchio cinese è il secondo più venduto nel mercato degli smartphone, dopo Samsung e prima di Apple. Con un balzo felino, fotografato dai dati (preliminari) di Canalys sul trimestre di aprile-giugno 2021, Xiaomi ha superato gli iPhone grazie a un'incredibile crescita annua dell'83% delle vendite a volume. E quel che più colpisce,

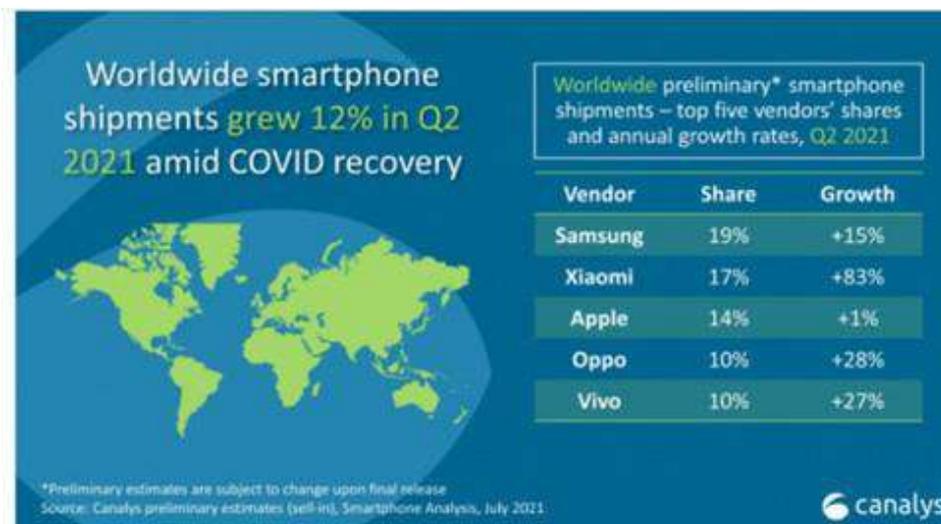
forse, è notare come Samsung non sia nemmeno così lontana. Xiaomi nel trimestre in esame con un market share del 17%, si posiziona subito al di sotto del 19% della sudcoreana e sopra al 14% di Apple, al 10% di Oppo e al 10% di Vivo. La grande assente è Huawei, come già evidenziato dai dati di Gartner relativi alle vendite del primo trimestre.

In generale, le consegne di smartphone alla distribuzione nel secondo trimestre 2021

sono cresciute del 12% rispetto all'analogo periodo del 2020, che come sappiamo fu funestato dalle intense ondate di covid e dai lockdown un po' in tutto il mondo. Tutti i primi cinque vendor hanno guadagnato terreno, sebbene Apple si sia dovuta accontentare di un +1% nei volumi di vendita. Samsung è cresciuta del 15% anno su anno, Oppo del 28%, Vivo del 27%.

Il mercato dei semiconduttori e la trimestrale di Intel

Conti positivi per Intel, e il merito ancora una volta spetta soprattutto al buon andamento della domanda di personal computer. Su 19,1 miliardi di dollari di ricavi trimestrali calcolati su base Gaap, nel secondo quarter del 2021, oltre 10 miliardi di dollari riguardano la divisione Client Computing Group, che ha registrato una crescita del 6% annuo. La seconda area più importante a valore è quella dei semiconduttori per server e altri prodotti da data center, con ricavi trimestrali pari a 6,5 miliardi di dollari ma in calo del 9% anno su anno. Crescono invece le vendite di ben il 47% della divisione Internet of Things (984 milioni di dollari) e c'è più che un raddoppio, (+124%,



per un valore di 327 milioni di dollari), per quelle dei sistemi di computer vision Mobileye. Circa 1,1 miliardi di dollari si devono alla vendita di memorie non volatili, risultato in calo del 34% anno su anno, mentre i restanti 486 milioni della divisione Programmable Solutions sono del 3% inferiori al risultato di un anno prima.

L'utile netto trimestrale è stato di 5,1 miliardi di dollari, in calo dell'1% anno su anno, il margine operativo è stato del 28,3%, appena inferiore al 28,9% di un anno prima. D'altra parte, le spese in ricerca & sviluppo sono salite dai 4,8 miliardi di dollari del secondo trimestre 2021 al 5,3 miliardi del secondo trimestre 2021.

“Non c'è mai stato un momento tanto emozionante per essere nell'industria dei semiconduttori”, ha dichiarato il Ceo di Intel, Pat Gelsinger. “La digitalizzazione di qualsiasi cosa continua ad accelerare, creando un'ampia opportunità di crescita per noi e i nostri clienti nelle aree di business centrali e in quelle emergenti. Con la nostra portata e con un rinnovato focus sia sull'innovazione sia sull'execution, siamo posizionati in modo unico per capitalizzare questa opportunità, che credo sia appena l'inizio di quello che sarà un decennio di continua crescita per il settore”.

Nel frattempo, prosegue, senza una reale soluzione, la cosiddetta “crisi dei chip” con la carenza di semiconduttori che sta rallentando tutto il settore automotive, causando non poche fermate produttive negli stabilimenti di Stellantis. Lo scorso 22 luglio, infatti, si è registrato uno stop completo della produzione nello stabilimento di Vigo, in Spagna,

sito dove vengono realizzati modelli Peugeot e che impiega oltre 7 mila lavoratori. Per lo stabilimento, lo stop dovuto alla crisi dei chip potrebbe rappresentare un anticipo della chiusura estiva. Il sito spagnolo sarà fermo per tre settimane a partire dal 26 luglio prossimo per la consueta pausa estiva. Nel frattempo, però, per via della carenza di semiconduttori non c'è garanzia che la produzione possa riprendere prima di tale data. Lo stabilimento sta attraversando un periodo difficile con Stellantis che sta avviando una politica di contenimento dei costi simile a quella messa in atto in Italia. L'azienda sta lavorando ad un programma di uscite anticipate su base volontaria. Al momento non è ancora noto il totale di lavoratori coinvolti ma, di certo, la crisi dei chip non farà altro che accelerare il momento difficile dello stabilimento.

Digital Italy

Verso il cloud nazionale

Si movimenta la partita per il cloud nazionale all'insegna del partenariato pubblico-privato. La prima offerta di Cdp-Tim-Leonardo sarebbe pronta e anche quella di Fincantieri con Amazon, Fastweb e Irideos potrebbe approdare sul tavolo della gara per il cloud tricolore.

Come ha riportato Repubblica “i vertici del Tesoro hanno indetto una riunione con il ministro per l'Innovazione tecnologica Vittorio Colao ed esponenti di Cdp e Sogei, due gruppi pubblici in lizza per realizzarla. Al loro fianco sono i probabili partner privati, come traspare dalle esternazioni dei vertici di Leonardo e di Tim, che

apporteranno saperi tecnici e vedono un ricco affare avvicinarsi. Nei prossimi giorni la cordata delle due società pubbliche e due private potrebbe avanzare una proposta al governo, difficile da battere dati i nomi, anche se nelle retrovie si agitano concorrenti agguerriti, tra i quali Amazon, Vodafone, Microsoft”.

Nel frattempo anche Almaviva e Aruba scendono in campo per il Cloud nazionale. Le due aziende hanno trasmesso al ministero dell'Innovazione e della Transizione Digitale una manifestazione di interesse congiunta per la presentazione di una proposta relativa alla realizzazione e alla gestione, in regime di partenariato pubblico-privato, del Polo Strategico Nazionale (PSN).

Il polo, previsto dal Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, si presenta come una infrastruttura dedicata in cloud, che raccolga l'immensa mole di dati della Pubblica Amministrazione centrale e degli enti locali. L'infrastruttura sarà gestita da un operatore economico selezionato attraverso l'avvio di un partenariato pubblico-privato su iniziativa di un soggetto proponente.

«Almaviva ed Aruba intendono proporre una soluzione tecnologica e di servizio innovativa per la costituzione del Polo Strategico Nazionale al servizio delle Pubbliche Amministrazioni Centrali, delle ASL e delle principali amministrazioni locali, orientata alla centralità di cittadini e imprese, in linea con le linee guida AgID e gli obiettivi strategici indicati nel Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza», spiegano le due aziende in un comunicato.

Publicata la prima gara strategica per la cyber security della PA

Consip ha bandito la gara strategica sulla cyber security – “Sicurezza On Premises – strumenti di gestione, protezione email, web e dati” – per la fornitura alle PA di prodotti per la gestione degli eventi di sicurezza e degli accessi, e la protezione dei canali e-mail, web e dati. L’iniziativa – la prima delle tre previste da Consip in ambito sicurezza informatica – si colloca nel piano delle gare strategiche ICT che Consip realizza in attuazione del “Piano Triennale per l’informatica nella PA 2020-2022”, predisposto da Agid e Ministero per l’innovazione tecnologica e transizione digitale. La gara – del valore complessivo di 135 milioni di euro – è finalizzata all’aggiudicazione di un Accordo Quadro con più operatori economici della durata di 24 mesi. Il successivo affidamento avverrà attraverso il rilancio del confronto competitivo fra i fornitori aggiudicatari, a seguito di appalto specifico. La durata dei contratti esecutivi stipulati dalle PA sarà di massimo 24 mesi.

Smart Manufacturing & Industry 4.0

Industria 4.0 e pandemia: la reazione anti-fragile dalle aziende italiane

La resilienza è stata uno dei concetti più utilizzati dagli esperti e dagli osservatori per descrivere la risposta delle aziende all’emergenza economico-sanitaria causata dalla pandemia da Covid 19. Eppure, se per resilienza si intende la capacità biologica di un materiale vivente di auto-ripararsi dopo un danno, nel caso dell’industria 4.0 sarebbe forse più corretto parlare di anti-fragilità. Il vissuto 4.0 delle aziende di tutto il mondo, e in particolare di quelle

italiane, emerge incrociando alcuni studi condotti nei mesi più duri della pandemia e nella fase di ripartenza, da cui emergono sia il grande spaesamento iniziale sia la reazione positiva. Come ricorda lo studio di McKinsey intitolato “Covid-19: An inflection point for Industry 4.0”, condotto su un campione di 400 aziende sparse nel mondo e pubblicato a metà gennaio 2021, la pandemia ha costretto le imprese manifatturiere a misure straordinarie di protezione dei dipendenti e delle attività. Le aziende, osserva McKinsey, si sono ritrovate in poco tempo spaccate in tre blocchi: chi aveva già realizzato su larga scala sistemi e soluzioni di industria 4.0, chi era in fase di implementazione di modelli 4.0 e chi non aveva nemmeno preso in considerazione la quarta rivoluzione industriale. Secondo il rapporto “L’importanza di un approccio ecosistemico alle iniziative di Industry 4.0: una fotografia del settore manifatturiero italiano”, realizzato da Deloitte su un campione di più di 850 dirigenti di aziende manifatturiere in 11 Paesi a livello mondiale (dall’Italia alla Francia, dalla Cina agli Usa), le aziende italiane hanno infatti continuato a investire sull’industria 4.0, in molti casi giocando al rialzo. Nonostante la crisi pandemica, oltre il 60% delle imprese nostrane ha continuato a investire capitale sui progetti legati al paradigma della “smart factory” (lett. “fabbrica intelligente”), dedicando più di un terzo del budget complessivo degli investimenti al digitale. Scendendo ancor più nel dettaglio, si scoprono i tre ambiti su cui le aziende italiane stanno concentrando i propri sforzi, dimostrando anche un grado di maturità maggiore rispetto ad altre geografie: automatizzazione di magazzini e centri di distribuzione (57%), uso di sensori in grado di





rilevare la qualità di un prodotto/ processo aziendale (53%) e prodotti smart e interconnessi grazie a tecnologie di IoT (40%). Questa mai perduta e rinnovata propensione agli investimenti digitali è confermata anche dalla fotografia scattata dall'indagine sull'industria 4.0 presentata a maggio da TIG e ContactValue. Attualmente l'81% delle aziende manifatturiere ha già qualche iniziativa digitale, mentre solo il 6% non ha lanciato progetti per la modernizzazione e digitalizzazione delle attività produttive. Interessante è anche in quadro dei principali benefici percepiti dalle aziende che si sono già mosse: maggiore efficienza operativa (76%), monitoraggio in tempo reale delle macchine (61%), ottimizzazione e incremento della capacità produttiva (61%) e possibilità di interagire da remoto (49%). Ancora poco percepito invece il ritorno economico dell'Industria 4.0: l'aumento della marginalità non arriva al 20% delle risposte, mentre il ritorno degli investimenti in tempi brevi si ferma al 22%.

Banche e Fintech

Parte con l'Intelligenza Artificiale la fase operativa del Milano Fintech Hub. Dal 27 settembre al 29 ottobre 2021 si aprono le candidature dei progetti, che potranno essere avanzate da tre soggetti: imprese non finanziarie come startup e provider tecnologici non vigilati dall'Autorità; intermediari bancari, assicurativi e finanziari vigilati; Università e istituti di ricerca. Seguirà, fino al 28 novembre, la fase di valutazione per arrivare entro il 13 dicembre a comunicare i dieci ammessi. A ciascuno di loro, dall'inizio del prossimo anno e gratuitamente, verrà dedicato un team di supporto per seguire lo sviluppo delle idee innovative.

“Sostenere l'evoluzione digitale del mercato finanziario e favorire l'attrazione di talenti e investimenti” è la missione chiarita dal governatore della Banca d'Italia, Ignazio Visco. “Tra consumatori e imprese cresce la domanda di soluzioni digitali” e “il ricorso alla tecnologia può favorire l'inclusione finanziaria e produrre benefici”, ha dettagliato Visco ricordando d'altra parte che porta con sé “nuovi rischi e vulnerabilità”. Nel frattempo ACU, Adiconsum, ADOC, Altroconsumo, ASSOCONSUM, Assoutenti, Centro Tutela Consumatori e Utenti, Cittadinanza Attiva, Codacons, Confconsumatori, Federconsumatori, La Casa del Consumatore, Lega Consumatori, Movimento Consumatori, Movimento Difesa del Cittadino, UDICON, Unione Nazionale Consumatori hanno inviato una lettera all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni per sollecitare un maggiore coordinamento nel contrasto alle frodi informatiche a fronte dell'aumento rilevante di fenomeni di frode sui canali mobili perpetrati, con tecniche sempre più sofisticate, ai danni dei cittadini con impatto significativo anche sugli operatori del settore bancario. Le banche italiane, a fronte di questi fenomeni, hanno incrementato fortemente gli investimenti mirati ad introdurre soluzioni per la sicurezza dei canali digitali, in grado di ridurre i rischi e bloccare tempestivamente le operazioni sospette. Parallelamente, da parte di ABI e delle Associazioni dei Consumatori, sono state attivate nel tempo diverse iniziative volte ad incrementare la consapevolezza della clientela sull'utilizzo sicuro dei servizi bancari offerti sui canali digitali e sulla corretta gestione dei dati personali e delle credenziali bancarie.

Privacy e public health nell'ambito della ricerca genomica



Mariarosaria Taddeo
Presidente, Noovle e Senior Researcher Fellow, Oxford Internet Institute
e Deputy Director, Digital Ethics Lab

Intervento effettuato durante la Web Conference del 16 Giugno 2021 "SANITA', INDUSTRIA DELLA SALUTE E IL DIGITALE", appuntamento del Digital Italy Program 2021

#LaVisioneDeiLeader

Nell'ambito della genomica (e non solo) ci si trova molto spesso ad affrontare la dicotomia tra protezione della privacy e raccolta e accesso ai dati. Si tratta di una dicotomia che si è presentata anche durante la scrittura del GDPR quando si è proposto che, per utilizzare dati raccolti per uno specifico scopo (e quindi per ricerche biomediche) per altri scopi di ricerca, andasse richiesto il consenso a tutti i data subject. Tale emendamento è stato poi bocciato perché la dicotomia tra ricerca scientifica in ambito biomedico, salute pubblica e privacy è "falsata" in quanto la privacy rappresenta un diritto fondamentale ma non assoluto: per tali ragioni lo si può modulare e lo si fa a seconda degli interessi competitor. E' quanto è avvenuto nel confronto con la public health.

Tale relazione, dunque, se da un lato può essere considerata falsata, dall'altro permette di identificare problemi importanti da considerare. Innanzitutto, quando si parla di dati per la ricerca medica

ci si pone il problema per cui, nonostante si tratti di grandi moli di dati, è possibile identificare i data subject, i pazienti, che possono essere facilmente oggetto di discriminazione. Ciò ha fatto



sì che, nel tempo, l'accesso ai dati tra diversi Paesi e gruppi di ricerca fosse osteggiato o limitato: si tratta di un problema soprattutto nell'ambito della genomica, in cui è importante avere accesso a grandi moli di dati e incrociare database, perché è questo che consente fare la mappatura specifica di una particolare malattia o patologia.

Un altro tema di interesse riguarda l'accesso ai dati della genomica nel conteso europeo: la soluzione a questi problemi è sia tecnologica quanto di governance etica (ambito in cui l'Europa è leader mondiale, considerata la forte attenzione che vi dedica). Tuttavia, bisogna costruire una serie di codici etici che sono previsti dal GDPR, in grado di guidare scienziati e comunità scientifiche in queste scelte difficili rispetto alla condivisione dei dati, all'accesso cross border, alla possibilità di accedere ai dati di paesi terzi o di permettere a scienziati di paesi terzi che non hanno le strutture o gli strumenti per raccogliere grandi moli di dati di accedere ai dati europei per sviluppare le loro ricerche.

In questo senso, serve, dunque, la definizione di pratiche in ambito scientifico e relative alla gestione dei dati che non si focalizzi soltanto sulla parte legale ma anche su quella etica: bisogna iniziare a pensare all'etica come qualcosa che avviene post compliance. Il GDPR indica delle basi minime da rispettare ma lascia molto spazio ad interpretazioni, rendendo, dunque, necessario definire una governance etica del digitale per la ricerca biomedica ma, in maniera più ampia, anche nel contesto well-being ed healthcare.

Un'altra problematica da prendere in considerazione riguarda le infrastrutture, tema in relazione a cui la Commissione Europea, riprendendo l'opinione espressa dal



Consiglio Europeo, ha dichiarato di voler definire un'infrastruttura a supporto della ricerca biomedica.

In questo senso le strutture cloud sono fondamentali perché permettono un accesso efficiente ed efficace, sicuro, distribuito e soprattutto scalabile. Inoltre, permettono di:

- favorire l'accesso alle informazioni/dati in maniera ampia,
- rispettare la sovranità dei dati, prestando, così, attenzione ai valori dei data subject, elemento da cui non si può prescindere.

Quello della sovranità digitale è un concetto fondamentale che si compone di due elementi:

- territorialità (i data center devono essere collocati all'interno dei Paesi membri dell'Unione Europea, perché è così che si garantisce l'accesso ai dati – quando si trovano in Paesi terzi possono essere alla mercé di leggi o intenzioni di governi terzi),
- accesso e gestione dei dati che si deve coordinare con i principi del GDPR e con i valori dell'Unione Europea. Ciò vuol

dire non soltanto costruire data center in Europa ma anche creare servizi cloud secondo standard che rispecchino i nostri valori e principi. In questo senso, ad esempio, è fondamentale l'esperienza di Gaia-X perché permette di definire gli standard e i requirement che qualsiasi servizio di cloud provider in Europa dovrà rispettare.

Infine, un'ultima osservazione. La concezione della privacy che si ha oggi non è al passo con i tempi. Si pensi, ad esempio, alle tecnologie di Artificial Intelligence, Big Data, strumenti che non funzionano sull'individuazione del singolo ma sulla categorizzazione e correlazione tra categorie, un aspetto che pone problemi in termini di discriminazione e profilazione. In questo senso, dunque, è importante rivedere il modo di comprendere la privacy e iniziare a pensare a come proteggere i diritti dei gruppi in aggiunta ai diritti degli individui. Si tratta di un'attività che assume rilevanza soprattutto nel contesto dell'healthcare (in cui le categorie sono quelle delle patologie).

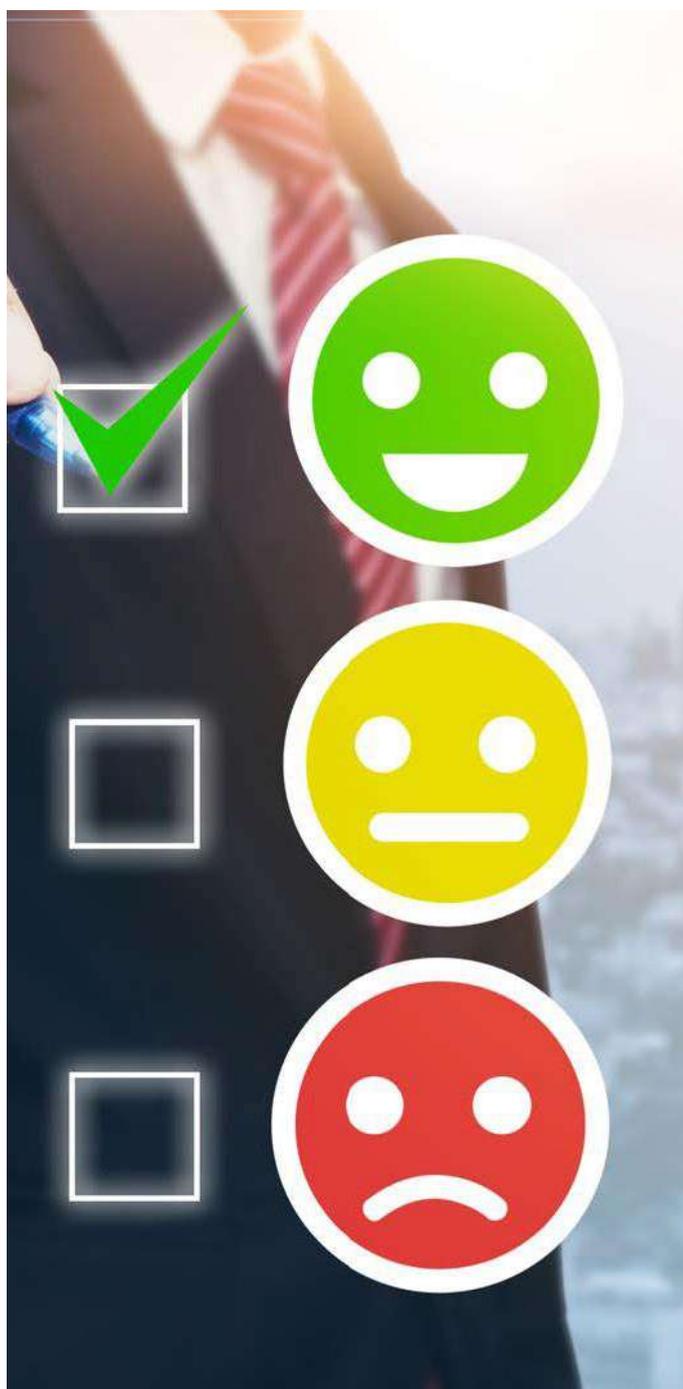
CRM, AI e Open Banking sono sempre più rilevanti all'interno dei processi bancari

Carmen Camarca, Analyst
The Innovation Group

Il Covid-19 si è fatto promotore dello sviluppo e dell'accelerazione di nuove forme di customer e service experience nella relazione tra banca e cliente. Se, infatti, già prima della diffusione del virus il settore bancario stava affrontando numerosi cambiamenti (dovuti soprattutto alle evoluzioni delle esigenze della clientela e del mercato), con l'assetto emergenziale e i diversi lockdown che si sono succeduti è diventato fondamentale raggiungere il cliente attraverso il maggior numero possibile di canali di comunicazione, rappresentando un momento di forte discontinuità con il passato.

Durante la pandemia, infatti, si è assistito ad un forte cambiamento nelle dinamiche dei clienti, un aspetto che è stato sfidante anche per banche che nascono in forma digitale. Abbiamo avuto modo di discuterne con Claudia Vassena, Head of buddybank - UniCredit, soluzione bancaria on line da gestire esclusivamente su smartphone via app, intervenuta lo scorso 29 giugno nell'ambito della web conference "CRM, AI, OPEN BANKING 2021" organizzata da The Innovation Group. «Si tratta comunque di un cambiamento che ha permesso di sperimentare la resilienza della nostra realtà», ha affermato Vassena. Inoltre, l'utilizzo di piattaforme di analytics e CRM è fondamentale nelle attività di gestione delle chat che permettono una maggiore interazione con i clienti. Il modello adottato da buddybank è quello di "banca conversazionale" che si basa su modalità di comunicazione asincrone e cross canale. L'obiettivo finale è quello di adottare un modello tradizionale ma innovativo, «umanocentrico ma accompagnato da ottime esperienze digitali».

Dello stesso parere è stata anche Giulia La Porta, Executive Manager, HYPE, secondo cui «adesso si sta vivendo una nuova era, in cui bisogna partire dalla Customer Experience e dalla gestione della relazione



“il fattore tecnologico rappresenta un importante abilitatore per instaurare con il cliente un rapporto di conoscenza reciproca e monitorarne continuamente le analisi delle proprie richieste”

con il cliente per creare un ecosistema di servizi finanziari, proponendosi come “digitali” ma restando “umani”».

In questo contesto, fondamentale diventa la possibilità di avere un CRM evoluto, la capacità di analizzare i dati attraverso soluzioni di analytics e AI per progettare customer journey personalizzati e monitorare il cliente nei diversi touchpoint. A discuterne è stato Andrea Zanzottera, Head of Data Intelligence & Cross Selling, Banca Widiba secondo cui «il fattore tecnologico rappresenta un importante abilitatore per instaurare con il cliente un rapporto di conoscenza reciproca e monitorarne continuamente le analisi delle proprie richieste». Si tratta di attività che all’interno di Widiba hanno caratterizzato tutto il customer journey del cliente, sin dai processi di onboarding e cross selling.

Come le banche tradizionali si sono attrezzate per intraprendere percorsi di innovazione per far fronte ai cambiamenti imposti dall’evoluzione del mercato e ulteriormente accelerati nell’ultimo periodo? Come riportato da Alberto Mossetti, Responsabile Advanced CRM, Banco BPM, «a modificarsi è stato soprattutto il rapporto fra web e filiale: adesso la maggior parte dell’operatività che prima avveniva in filiale e in digitale oggi avviene solo in digitale».

Anche in questo caso si avverte il forte cambiamento che sta impattando la relazione tra banca e cliente, legata sempre più a interazioni digitali. Per Mossetti bisogna soffermarsi su tre pilastri:

- Advanced analytics, fondamentale per avere proposizione commerciale e ingaggio nei confronti del cliente per conoscere bene il cliente e arrivare a dargli la risposta che si attende in funzione delle proprie esigenze.
- Customer Experience per ascoltare attivamente il cliente e misurarne il livello di esperienza.

Permette di indirizzare processi di cambiamento e miglioramento continuo per rispondere ad esigenze continue del cliente.

- Omnicanalità in una logica di maggiore integrazione tra i diversi canali che consente di creare customer journey guidati da trigger analitici che permettano l’interazione della banca su più canali. Al riguardo un aspetto fondamentale è il concetto di omnichannel sales, ovvero processi di vendita che permettano al cliente di partire su canali digitali e poi acquistare un prodotto o servizio nuovo in filiale. In questo contesto il CRM rappresenta un elemento fondamentale in grado di garantire l’interazione con i clienti e la continuità della comunicazione.

Su quest’ultimo tema è intervenuto anche Ivan Giuseppe Barcellona, Responsabile Area Prodotti Privati – Direzione Marketing e Digital, Crédit Agricole Italia secondo cui «con la potenza del CRM e di soluzioni di marketing automation è possibile assecondare il cliente in tutte le fasi di acquisto».

In questi percorsi e nel disegno di tali soluzioni numerose opportunità provengono anche dall’adozione del paradigma dell’Open Banking che permette lo sviluppo di soluzioni che possono modificare il modello di business e di offerta dei servizi, anche e soprattutto grazie alla collaborazione con Fintech e altre banche, oltre che con i nuovi player del settore non bancari. Il tema è stato affrontato da Francesco Brandani, Project e Team Leader DOTS, BPER Banca e Demetrio Migliorati, Head of Innovation, Banca Mediolanum secondo cui al riguardo è fondamentale possedere know-how specifici e lavorare soprattutto sulle persone. In questo contesto assumono sempre più rilievo i concetti di cloud e platform che permettono la creazione di soluzioni semplici, flessibili e user friendly.

Di CRM, Customer Experience ed Open Banking se ne parlerà anche il prossimo 23 e 24 settembre in occasione dell’edizione 2021 del Banking Summit di The Innovation Group. Visita il nostro sito per rimanere aggiornato su tutti i contenuti dell’evento.

Realizzare una collaborazione pubblico privato per la Cybersecurity

Elena Vaciago, Associate Research Manager
The Innovation Group



Da anni la collaborazione tra enti pubblici e privati è stata indicata come la strada da seguire per costruire un'efficace cybersecurity nazionale. Le infrastrutture critiche sono per lo più gestite da privati, il pubblico ha in genere il compito di regolare e spingere le buone pratiche. Come arrivare a un'efficace partnership tra pubblico e privato è stato finora oggetto di molte discussioni e poche realizzazioni concrete.

Sarà bene considerare quindi l'approccio seguito negli USA dall'Amministrazione Biden, che è risultato estremamente efficace per i risultati portati al tavolo comune. Lo scorso 25 agosto, il Presidente Biden ha indetto un incontro (chiamato da più parti come una "call to action" per la cybersecurity) chiamando i Ceo dei principali IT Player e altri rappresentanti delle assicurazioni e del mondo universitario.

L'incontro è parte di una serie di azioni messe in campo dal Presidente Biden dopo gli ultimi attacchi di alto profilo che hanno colpito quest'anno aziende ed enti pubblici USA: dallo sfruttamento della piattaforma SolarWinds Orion

(è stato usato l'aggiornamento periodico del software per infettare oltre 300mila clienti) all'arresto delle condutture di carburante di Colonial Pipeline.

La chiamata alle armi con gli IT player aveva lo scopo di chiedere a tutti maggiore impegno, e ha prodotto in pochissimo tempo molti risultati: i Big Tech hanno infatti dichiarato di voler incrementare la sicurezza nei propri prodotti e servizi, spendendo miliardi di dollari in cybersecurity nei prossimi anni. "La Cybersecurity è il problema del decennio" ha detto Arvind Krishna, Ceo di IBM. Google ha parlato di investimenti per oltre 10 miliardi di dollari nei prossimi 5 anni, per espandere il proprio programma "Zero Trust". Microsoft invece ha annunciato una spesa di 20 miliardi per integrare una "cybersecurity by design" nei propri servizi. Il Ceo di Microsoft, Satya Nadella, ha anche parlato di 150 milioni di dollari per aumentare la protezione delle agenzie governative USA. Impegno per le agenzie pubbliche viene anche dall'Amministrazione USA, che con l'Executive order firmato di recente dal Presidente Biden, ha imposto a tutti gli enti di passare a metodi di accesso più sicuri, in particolare l'autenticazione a due fattori.

Apple si impegnerà a realizzare un programma per incrementare la sicurezza lungo la sua supply chain tecnologica, lavorando insieme ai fornitori high tech per diffondere processi di autenticazione multifattore e formazione sulla sicurezza. IBM ha annunciato invece nuove soluzioni di Data Storage per gli operatori di infrastrutture critiche, e ha detto che sta lavorando per realizzare metodi sicuri di crittografia per il quantum computing.

Un secondo tema che è stato dibattuto da Biden, con i rappresentanti dell'industria IT e di altri settori, è stato quello della mancanza di personale esperto sui temi della cybersecurity (si stima una domanda di 3,5 milioni di persone a livello globale nel 2021). Per uscire da una situazione sempre più critica, serve oggi una maggiore focalizzazione sulla formazione di personale esperto. IBM e Alphabet hanno promesso di preparare rispettivamente 150mila e 100mila professionisti della cybersecurity nei prossimi anni. AWS (Amazon Web Services), divisione di servizi cloud di Amazon, pensa di fornire ai propri utenti device gratuiti per un'autenticazione multifattore,

in modo da rendere più sicura la gestione dei loro dati. Svilupperà inoltre piani di training sulla cybersecurity per aziende e singoli individui.

Presenti all'incontro anche alcune Università americane, che si sono dette pronte a incrementare i corsi per formare un maggior numero di studenti su questi temi. "Le minacce di cybersecurity sono pervasive: è diventato un problema nazionale, che richiede una risposta collettiva" ha detto Kathi Hiyane-Brown, presidente del Whatcom Community College. Whatcom è stato designato dalla National Science Foundation USA come centro avanzato nazionale per la formazione sulla cybersecurity, con un investimento di 7,5 milioni di dollari. Infine, promozione di standard e metodologie comuni: il NIST USA (National Institute of Standards and Technology) punterà a una maggiore collaborazione con l'industria per lo sviluppo di linee guida per infrastrutture più sicure. Chiaramente non è pensabile riproporre la stessa iniziativa nel nostro Paese. Quello che però va sottolineato è la concretezza e la velocità con cui tutti hanno risposto alla chiamata del governo USA: sono state proposte misure, investimenti, collaborazioni e obiettivi comuni, che possono solo avere un impatto positivo sullo stato della sicurezza delle infrastrutture IT nei prossimi anni.



Fonte: CNBC, Google, Microsoft plan to spend billions on cybersecurity after meeting with Biden, 26 agosto 21

Dalla Commissione Europea nuove indicazioni sui contratti da stipulare



Valentina Frediani, General Manager
Colin & Partners

Il 4 giugno scorso la Commissione Europea, con Decisione di Esecuzione (UE) 2021/915, ha introdotto un modello di Clausole Contrattuali Tipo da utilizzare nei rapporti tra titolari del trattamento e responsabili del trattamento – individuate anche dall'acronimo "SCC" derivante da "Standard Contractual Clauses" – ai sensi di quanto previsto all'art. 28 GDPR. Pertanto, in caso di stipula di un nuovo contratto, uno dei primi elementi su cui effettuare delle valutazioni dal punto di vista del trattamento dei dati personali è quello della corretta individuazione dei ruoli privacy, attività essenziale per definire il perimetro delle responsabilità di ciascuna parte.

Il titolare del trattamento affidando una specifica attività per suo conto alla controparte contrattuale – che agirà quindi come responsabile – dovrà effettuare una valutazione di adeguatezza dal punto di vista privacy su quest'ultima (art. 28, paragrafo 1 GDPR), individuando e precisando nel contratto le misure tecniche ed organizzative a presidio del trattamento. Occorrerà perciò prendere cognizione degli aspetti relativi ad un eventuale coinvolgimento di soggetti terzi in qualità di sub-responsabili del trattamento piuttosto che, laddove previsti, dei trasferimenti di dati personali al di fuori dello Spazio Economico Europeo; altro elemento importante sarà la modalità di portabilità/migrazione dei dati personali (questi ultimi due aspetti da verificare in modo specifico rispetto ai servizi di esternalizzazione dei dati); massima attenzione anche all'applicazione delle misure organizzative minime richieste dalla normativa (ad es.



autorizzazione dei soggetti deputati al trattamento dei dati; applicazione, ove necessario, dei provvedimenti in materia di amministrazione del sistema; ecc.); particolare cura, infine, nella verifica delle modalità applicative delle misure minime previste dal titolare rispetto al trattamento affidato.

Il livello di approfondimento della valutazione del fornitore/responsabile del trattamento varierà in considerazione dell'oggetto del contratto in questione, con particolare riferimento alle categorie di dati personali/interessati oggetto di trattamento.

Conclusasi la fase di valutazione, verranno attivate le Clausole Contrattuali Tipo quale strumento utile a normare tale rapporto; in ogni caso, in fase di negoziazione dovranno essere attentamente valutati alcuni importanti aspetti previsti dalle predette Clausole. Esse sono, di base, invariabili (Clausola 2); le Parti, infatti, si impegnano ad intervenire solamente per integrare gli allegati delle stesse. Inoltre, laddove le Clausole Contrattuali Tipo siano inserite in un contesto contrattuale più ampio tra titolare e responsabile, dovrà essere verificata la congruità e coerenza tra queste ed il resto delle previsioni; eventuali



contraddizioni tra altre previsioni contrattuali e le Clausole Contrattuali Tipo, vedranno la prevalenza delle seconde (Clausola 4). Merita attenzione la previsione di cui alla Clausola 7.6, secondo la quale le attività di audit e verifica possono essere svolte direttamente dal titolare o per il tramite di un soggetto indipendente anche senza preavviso.

Ricordiamo che gli esiti delle attività di verifica e ispezione possono essere oggetto di richiesta da parte dell'Autorità in sede di controllo. Le Clausole Contrattuali Tipo prevedono anche la risoluzione nei seguenti casi:

- 1) qualora il trattamento dei dati personali da parte del responsabile del trattamento sia stato sospeso dal titolare del trattamento per violazione delle Clausole Contrattuali Tipo sottoscritte col titolare, e il loro rispetto non sia ripristinato entro un termine ragionevole e in ogni caso entro un mese dalla sospensione;
- 2) qualora il responsabile del trattamento abbia violato in modo sostanziale o persistente le Clausole Contrattuali Tipo sottoscritte col titolare o gli obblighi che gli incombono a norma del GDPR;

- 3) qualora il responsabile del trattamento non rispetti una decisione vincolante di un organo giurisdizionale competente o della/delle autorità di controllo competenti per quanto riguarda i suoi obblighi in conformità delle Clausole Contrattuali Tipo sottoscritte col titolare o del GDPR.

In tema di sicurezza del trattamento, viene richiesto al titolare del trattamento di specificare le misure tecniche e organizzative minime (Allegato III) applicabili al trattamento; tali indicazioni dovranno avere un sufficiente livello di dettaglio e non risultare generiche. Dovranno essere indicate, separatamente, anche le misure tecniche e organizzative applicabili da eventuali sub-responsabili. Di particolare rilievo, nel nuovo assetto documentale, è la corretta compilazione degli allegati alle Clausole Contrattuali Tipo: in essi difatti debbono essere indicate le caratteristiche essenziali del trattamento svolto dal responsabile. La Commissione ha pertanto creato uno strumento molto pratico e di riferimento per formalizzare i rapporti tra il Titolare ed il Responsabile consentendo così di poter razionalizzare i contenuti che spesso costituiscono oggetto di trattative defocalizzando gli aspetti primari.

L'applicazione del PNRR all'interno della PA: benefici, ostacoli, opportunità

Carmen Camarca, Analyst
The Innovation Group

“

Il ruolo del PNRR sarà determinante per raggiungere obiettivi quali Interoperabilità e condivisione delle informazioni tra PA (principio “once only”) e utilizzo di analitiche sui dati

Per la PA italiana applicare le disposizioni previste dal PNRR vuol dire innanzitutto creare le condizioni per eliminare la maggior parte delle problematiche che da tempo impattano il settore. In questo percorso non bisogna dimenticare di incentivare e valorizzare le amministrazioni che si sono sempre dedicate all'innovazione e relegare a ruoli marginali i comuni, che operano direttamente sul territorio (e ne sono i migliori conoscitori). Ne abbiamo discusso con **Luca Galandra – Direttore del reparto IT, Comune di Alessandria**.

Quali saranno i principali benefici per il settore pubblico derivanti dall'applicazione delle missioni e delle riforme previste dal PNRR?

Più che di benefici bisogna parlare di necessità: le attività e i progetti menzionati all'interno del Piano devono essere necessariamente portati a termine sia all'interno della Pubblica Amministrazione che nel sistema Paese. Completare queste attività vuol dire instaurare



un miglior rapporto con i cittadini, aumentare la competitività della Pubblica Amministrazione e migliorare la qualità dei servizi erogati.

Tali cambiamenti non avvengono soltanto all'interno della Pubblica Amministrazione: le tematiche di cui si discute andranno inevitabilmente ad impattare anche sulle imprese ma richiederanno alla Pubblica Amministrazione una gestione più efficiente delle proprie risorse e dei propri processi.

Quali sono secondo Lei i limiti all'interno dell'attuale PNRR? Secondo Lei vi sarebbero

misure ulteriori che potrebbero aiutare a modernizzare il settore pubblico?

Allo stato attuale sono due le problematiche principali: la valorizzazione delle best practices e la selezione del personale. Con riferimento al tema della valorizzazione delle best practices, se ne parla molto ma non si tiene conto che vi sono diverse amministrazioni che riescono a raggiungere determinati risultati prima delle altre e che spesso agiscono da apripista, un lavoro che però non viene valorizzato. In questo senso, dunque, bisogna individuare un sistema per premiare





chi ha già realizzato determinati progetti: bisognerebbe incentivare le realtà che sono più avanti nel percorso di digitalizzazione in modo che continuino ad innovare e a fare da apripista.

Con riferimento alla selezione del personale, bisogna individuare nuovi criteri: il concorso pubblico va rinnovato per assumere dei manager e dei dirigenti che vogliono e sappiano innovare.

È pertanto necessario introdurre meccanismi che premiano capacità legate al Problem solving e all'innovazione.

In quali ambiti ritiene che il PNRR dovrebbe portare le maggiori trasformazioni?

Riforma della leadership (e-leadership), competenze e citizen experience. Si tratta di ambiti in grado di portare una grande ventata di novità all'interno della Pubblica Amministrazione.

Con riferimento agli avanzamenti nell'ambito

dell'agenda digitale, qual è la vostra situazione?

Si è partiti dal Piano Triennale per l'informatica nella Pubblica Amministrazione e si è lavorato soprattutto nell'ambito del cloud (ad oggi siamo totalmente in cloud) e sulle infrastrutture di rete.

Questo per migliorare quanto più possibile le infrastrutture a servizio della Pubblica Amministrazione e dei cittadini, facilitando al massimo gli interventi di privati per quanto riguarda la posa di fibra, banda larga, ecc.. Allo stesso modo è stata focalizzata l'attenzione nell'ambito dei servizi in relazione a cui si è partiti dall'interno, dai nostri software gestionali: già tre anni fa è stata indetta una gara per acquisire una piattaforma software integrata che permettesse di erogare ai cittadini servizi integrati con il back-office, piattaforma che tutti usano quotidianamente..

Tali attività, svolte prima della pandemia, hanno permesso di affrontare l'emergenza

(che comunque ha portato ad un'ulteriore accelerazione) con una notevole preparazione, sia all'interno dell'amministrazione (lo smart working non è stato un problema) sia nel rapporto con i cittadini. Nel rapporto con i cittadini, è stato positivo poter disporre di una piattaforma che già consentiva di prenotare un appuntamento e di poter effettuare in autonomia operazioni che dovevano essere svolte in ufficio.

Nel raggiungimento di quali obiettivi ritiene determinante il ruolo del PNRR?

Interoperabilità e condivisione delle informazioni tra PA (principio "once only") e utilizzo di analitiche sui dati sono aspetti molto legati al PNRR. A livello sistemico il Piano spinge molto su questi temi e facilita l'interazione con le altre Pubbliche Amministrazioni.

Quanto si trova d'accordo con le modalità di attuazione e monitoraggio previste attualmente dal PNRR? Ritiene che ne siano necessarie altre?

Su alcuni temi il ruolo definito nel PNRR per i comuni è troppo marginale. Non bisogna dimenticare che i comuni sono la prima interfaccia sia verso i cittadini, sia verso le imprese, oltre che i principali erogatori di servizi sul territorio. Se si interviene su materie tipiche del comune è necessaria la presenza di qualcuno che conosca bene questa realtà.

Quali interventi prevede nella Sua organizzazione per recepire le misure previste dal PNRR?

Stiamo cercando di cogliere al meglio le opportunità che si creano: ad esempio, partecipiamo a gruppi di lavoro trasversali insieme ad altre amministrazioni comunali, per individuare le esigenze comuni e dare una risposta sistemica ed omogenea alle nuove sfide che si dovrà affrontare.

Intervista a

*Claudio Farina, Executive Vice President
Digital Transformation & Technology di Snam*

L'abbattimento dei consumi, pillar della strategia It

Roberto Bonino

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



Molti elementi stanno concorrendo a ridisegnare la strategia di gestione dei data center delle aziende. La necessità di generare efficienza si incrocia con quella legata alla sostenibilità ambientale, in un contesto per tradizione energivoro. Questa doppia spinta converge per molti nella scelta di rendere sempre più ibrida l'infrastruttura esistente, muovendo quanto possibile al cloud.

Temi come la storia tecnologica costruita negli anni, la dimensione complessiva, la disponibilità di competenze e altro rendono il panorama ancora piuttosto frastagliato, ma la tendenza è comune per tutti e comporta scelte di breve e di lungo periodo.

Nel pieno di una transizione, che fa della trasformazione digitale un elemento portante del

proprio piano strategico, si trova una realtà come Snam, una delle principali società di infrastrutture energetiche al mondo e una delle maggiori aziende quotate italiane per capitalizzazione. Di questi giorni è l'inaugurazione a Bologna del primo distretto del futuro (TecHub), interamente gestito con l'ausilio di tecnologie digitali funzionali all'abbattimento delle emissioni, al miglioramento della sicurezza e resilienza delle infrastrutture e all'efficienza operativa sul territorio. Il TecHub rientra in un piano complessivo di digitalizzazione delle attività di Snam che prevede 500 milioni di euro di investimenti entro il 2024.

Per analizzare come l'It stia evolvendo al proprio interno per supportare la strategia complessiva di Snam, abbiamo incontrato Claudio Farina, Executive Vice President Digital Transformation & Technology del gruppo.

Quali sono i passaggi già compiuti o allo studio per ridurre il più possibile i consumi della vostra infrastruttura informatica?

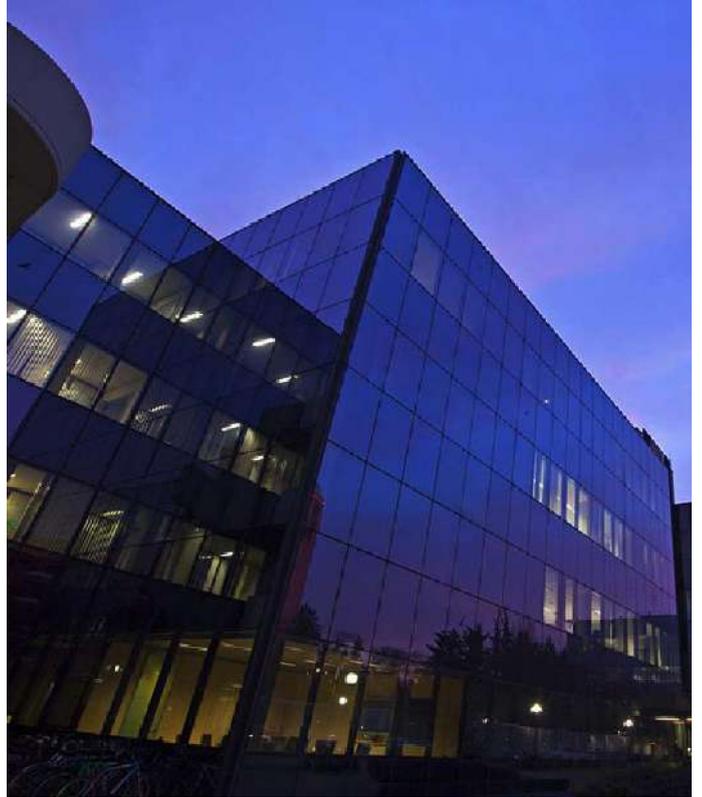
Siamo nel mezzo di una fase di transizione dai classici data center agli hyperscaler o grandi cloud provider, in ragione del volume di dati che transita sulla nostra rete e che, in certi ambiti, sono destinati a centuplicare nei prossimi tre anni, soprattutto in funzione dei progetti IoT che abbiamo avviato o programmato. Sui nostri due data center, negli anni abbiamo fatto grandi

investimenti in termini di efficientamento e riduzione emissioni, ma oggi si può dire che abbiamo ottenuto tutto quanto possibile e, quindi, che stiamo sempre più accedendo a risorse cloud. La moltiplicazione dei dati sarà gestita prevalentemente in questo modo con un'efficienza unitaria molto migliore e mantenendo piatto l'impatto ambientale. I data center funzionano perlopiù con energia elettrica e hanno backup che già oggi potrebbero essere sostituiti con fuel cells a idrogeno verde. La tendenza che sposiamo è verso l'utilizzo di energie rinnovabili a basso impatto o in prospettiva nullo. Questa è per noi una necessità, vista l'ampiezza della nostra infrastruttura Ict, sparsa su 32mila km di rete.

Come si concretizza nel vostro caso il concetto di Corporate Social Responsibility?

La componente Csr in Snam è centrale. Quest'anno è stato integrato nello statuto sociale il "corporate purpose" di Snam, che riflette un impegno crescente nella transizione energetica. Nel 2019 è stato anche istituito un comitato Esg in seno al Cda, dedicato appunto alle tematiche ambientali, sociali e di governance. L'It funge da abilitatore di molte trasformazioni e per questo lavoriamo a stretto contatto con la componente Csr su molti progetti. Un ambito molto concreto riguarda l'evoluzione in direzione paperless, tenendo conto che venivamo da un volume di stampe pari a circa 15 milioni di fogli all'anno solo qualche tempo fa, mentre oggi abbiamo già ridotto di due terzi questo volume e l'obiettivo è arrivare il più vicini possibile allo zero. Oltre alla dematerializzazione, insieme al sostegno di Fondazione Snam, abbiamo conferito alla struttura di detenzione di Bollate diverse migliaia di strumenti tecnologici per noi obsoleti, ma che possono ancora essere utilizzati per attività di formazione, mentre per i pezzi di ricambio abbiamo pensato alla redistribuzione nelle scuole dell'hinterland milanese. Digitalizzazione e riuso sono due temi per noi essenziali.

La componente Corporate Social Responsibility in Snam è centrale. Quest'anno è stato integrato nello statuto sociale il "corporate purpose" di Snam, che riflette un impegno crescente nella transizione energetica



Fonte: SNAM website

Abbiamo già toccato il tema del cloud. Come lo interpretate alla luce delle vostre evoluzioni strategiche?

La migrazione verso il cloud è un passaggio dal quale certamente non si tornerà indietro e che va proiettata sul lungo periodo. Alcuni sviluppi, per esempio su big data e machine learning, non saranno più abilitabili, in prospettiva, su data center locali e anche le applicazioni aziendali saranno sempre più cloud-native. Tuttavia, anche sul lungo periodo potrebbe rimanere in funzione un data center locale, eventualmente anche solo come ridondanza della componente cloud.

Dove pensate che possano ancora esistere ostacoli o freni a un processo evolutivo necessariamente imperniato sull'impatto zero anche per l'infrastruttura tecnologica?

Il tema del riciclo e del riuso non è ancora oggi sufficientemente enfatizzato e si porta dietro complicazioni anche di tipo burocratico. Poi, c'è il delicato ambito del rapporto con i partner esterni. Noi ci siamo dati l'obiettivo della neutralità carbonica al 2040 e quindi, anche nella valutazione dei nostri partner, non possiamo fare a meno di utilizzare il parametro della sostenibilità. Sempre più questa è una regola e non un semplice elemento di differenziazione. Rispetto al passato, per fortuna, negli ultimi anni l'awareness su questi temi è diventata molto più alta anche tra i fornitori più locali e dimensionalmente meno strutturati.



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