

## ICT: nasce l'Osservatorio ANFoV per la promozione dell'innovazione

*Un incubatore di idee a supporto dell'innovazione italiana attraverso aziende dinamiche e competitive che permettano la condivisione del know how necessario a rilanciare il Paese nel settore dell'Information Communication Technology.*



Fonte: Immagine dal web

**Con la globalizzazione il modello del made in italy** sembra essere diventato precocemente obsoleto. Al tempo stesso emerge la carenza di infrastrutture che consentirebbero all'Italia di fare un salto di qualità e di competere nei settori non solo del made in italy, ma anche dell'hi-tech. Le chiavi per la crescita parrebbero, quindi, essere date dalla maggiore produttività ottenuta dall'utilizzo a livello nazionale di sistemi e reti innovative e quindi dalla diminuzione, o annullamento del cosiddetto digital divide e, al contempo, dalla maggiore sensibilizzazione delle aziende italiane, soprattutto PMI, in termini di innovazione.

### Anche se il legame tra crescita economica e

**investimenti** in tecnologie ICT appare ormai indiscutibile, i livelli di penetrazione e di utilizzo delle tecnologie innovative sono inferiori alla media dei grandi paesi industrializzati e contribuiscono al calo della produttività del lavoro in Italia. Molte aziende, soprattutto PMI, non trovano motivazioni per sganciarsi dalle logiche tradizionali. L'ottimizzazione della catena di fornitura, produzione e distribuzione è resa difficile da colli di bottiglia generati da attività ancora molto manuali e quindi dalla mancanza di soluzioni tecnologiche in grado di rendere più efficienti i processi.

### "Eppure l'innovazione esiste - ha dichiarato Achille De Tommaso, presidente

**dell'Associazione** per la convergenza nei servizi di comunicazione (ANFoV) -. La 'mancanza' di soluzioni, molto spesso, quindi, non è dovuta ad una 'non esistenza' della soluzione, ma alla scarsa cultura dell'innovazione presente in impresa. Per questo è necessario capitalizzare l'esperienza delle imprese più dinamiche con strategie di condivisione dei fattori, analizzare soluzioni innovative, anche non italiane, per capirne le dinamiche di successo, importare i prodotti o imparare con la consapevolezza che le imprese di tutto il mondo si globalizzano diventando, spesso all'improvviso, attaccanti sul proprio territorio".

### ANFoV attraverso l'Osservatorio per la Promozione dell'Innovazione, il cui primo

**incontro** si è svolto a Milano il 24 febbraio scorso, si propone, in maniera pragmatica, di individuare casi di successo di aziende dinamiche e iniziative innovative che permettano la condivisione di fattori, culturali, manageriali e tecnologici, eventualmente stilando documenti propositivi ad uso delle Autorità di settore.

**SCENARIO E PREVISIONI FUTURE.** L'attuale scenario e le previsioni per il 2011, presentate da Daniela Rao, vicepresidente ANFoV e Tlc Research Director IDC, mostrano che la percentuale di internet user e buyer è in crescita costante e stabile anche sul mercato italiano. "Questi dati - ha aggiunto De Tommaso - dimostrano come l'Italia abbia recuperato gran parte del gap raggiungendo una situazione di stabilità; anche con poca banda il processo d'acquisto via internet genera un indotto con un meccanismo esponenziale, nella media con gli altri paesi europei".

**TRE CASI ITALIANI DI SUCCESSO.** Nel corso dell'Osservatorio sono stati presentati tre casi di successo legati all'innovazione. La prima iniziativa riguarda il Festival della Comunicazione 2.0. ideato ed organizzato da Andrea Sales, Presidente del Centro Paradoxa, il cui obiettivo è declinare il 2.0 in un'ottica sociale. La prima edizione dell'ottobre 2010 ha ottenuto risultati sorprendenti in termini di pubblico e relatori a livello internazionale. "Il successo di questa iniziativa indica come la gente e le aziende siano attente e recettive nei confronti delle nuove modalità di comunicazione e interazione 2.0" ha dichiarato Andrea Sales, che dal 19 al 22 maggio 2011 a Treviso organizzerà la seconda edizione del Festival. Uno dei sostenitori del Festival della Comunicazione 2.0 è ToscanaLab, una piattaforma permanente di eventi e comunicazione che porta il mondo del web2.0 in tutta la Toscana. Mirko Lalli della Fondazione Sistema Toscana, che oltre a ToscanaLab gestisce la campagna di promozione turistica 'Voglio Vivere Così', voluta dalla Regione Toscana, ha sottolineato il successo di questi primi esempi di Social Media Marketing, che hanno rivitalizzato il brand della regione Toscana come regione digitale aperta, a testimonianza che dall'utilizzo dei

### Ultimi articoli della categoria Tecnologie informatiche

- ICT, Angelucci: "È il momento delle scelte coraggiose"
- Aesvi: nel 2010 il giro d'affari dei videogiochi supera 1,1 miliardi di euro
- IBM: i responsabili IT investono in sicurezza per gli endpoint
- L'italiano 'Leggo Ibs' sfida Kindle di Amazon
- Cyber criminalità: occhio alle infrastrutture sensibili
- HRWeb: recruiting online e web marketing in un colpo solo
- MWC 2011: un successo planetario
- Internet Tv: nel 2014 sarà presente nel 40% delle case italiane
- Smart presenta la nuova 'lavagna interattiva collaborativa'
- Skinsfactor: e il tuo smartphone cambia 'pelle'
- Centenario IBM: la casa festeggia e si dota di un sistema 'Made in Italy'
- Domini Internet: il '.it' arriva a quota due milioni
- Smartphone: Nokia e Microsoft uniti per contrastare Apple e Google
- "Ti rifilo un bidone": le truffe per chi cerca casa sul web
- UC&C: il futuro della comunicazione passa per le tecnologie integrate
- UC&C: Pirone, "il cloud computing faciliterebbe la diffusione"
- UC&C: Lazzaroli, "offerte e soluzioni a misura di utente"
- UC&C: Morelli, "il mercato è più ampio nei paesi dove è diffusa la fibra ottica"
- UC&C: Chiarenza, "un settore all'avanguardia per le aziende"
- San Valentino: un'idea tecnologia per lui

social network scaturiscono idee innovative per lo sviluppo e la progettazione di prodotti e servizi.

**Il secondo esempio di innovazione ha riguardato il Polo Tecnologico di Vimercate, che nell'area** della sede storica di IBM offre oggi un'infrastruttura in grado di fornire servizi e soluzioni basate su capacità di progettazione, test, produzione, logistica integrata, riparazioni on center, help desk, trasporti e attività on site. "É stata realizzata una catena del valore, che non ha eguali in Italia, che vede racchiuse tutte le competenze in un unico sito e in un'unica organizzazione centrale sofisticata che è in grado di disegnare la soluzione attesa dal cliente, attraverso attività di fleet management, repair e servizi personalizzati a supporto delle più disparate richieste dei clienti". "L'approccio parte dall'ascolto delle esigenze del cliente e conduce ad una revisione continua dei risultati, espressa dalla continuità del supporto e dall'integrazione delle diverse competenze" ha dichiarato Franco Morganti, Direttore generale di MVS. "Questo caso di successo dimostra come l'innovazione stia proprio nella capacità di cambiare modello di business con il supporto di innovative soluzioni tecnologiche" ha commentato Nino Catania, Direttore generale ANFoV.

**L'Osservatorio si è concluso con la presentazione del terzo esempio di innovazione, Ipanema Technologies**, un caso di successo che ha portato la società a diventare un provider unico in Europa nella fornitura di servizi a valore aggiunto sulle reti dati. Secondo Pierpaolo Lanati, Country Manager di Ipanema Technologies, nell'attuale scenario dei servizi ICT, a fronte di reti informatiche aziendali sempre più complesse e aperte, con la naturale ed inevitabile convivenza di VPN MPLS, Ethernet, Internet, Intranet e Cloud, sia pubblico che privato, diventa sempre più imprescindibile dotarsi di strumenti che consentano all'IT Manager, al CIO, di attuare un pieno e totale controllo su tutto quanto avviene sulla rete, ovvero la WAN Governance.

**IL PARERE DEL VICEPRESIDENTE ANFoV.** Al termine dell'Osservatorio Umberto de Julio, Amministratore Delegato di Italtel e Vicepresidente ANFoV, ha dichiarato: "Sono convinto che ANFoV attraverso tavoli permanenti di confronto, di proposta, di informazione ed elaborazione di position paper con e verso gli interlocutori istituzionali possa dare un contributo importante all'innovazione, soprattutto sensibilizzando le PMI che ancora rappresentano un potenziale inespresso nell'adozione IT, affinché con il tempo si possa trasferire il concetto di innovazione in maniera quasi osmotica". A tal proposito Francesco Vatalaro, Presidente del 'Comitato NGN Italia' dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM), ha espresso a titolo personale la sua visione: "É necessario iniziare a identificare i blocchi più significativi nei confronti dell'innovazione per generare un circuito virtuoso e continuare a 'comunicare' l'innovazione con l'obiettivo di creare massa critica e generare il cambiamento".

Redazione (10/03/2011)