



Da ISP/WISP a VISP: nuove opportunità



Da ISP/WISP a VISP: ovvero da Internet Service Provider a Value Service Provider.

Aumentare le opportunità per gli Operatori di Prossimità, gli Internet Service Provider. Questo è da sempre uno degli obiettivi di Assoprovider, l'associazione che riunisce 268 aziende dal Nord al Sud del Paese, e per tale motivo nell'ambito di Assoprovider nasce oggi un nuovo format per gli eventi "dal vivo" ovvero il MarketPlace (APMP).

La vicinanza ai territori ci ha sempre permesso di recepire più velocemente le trasformazioni. Negli ultimi anni soprattutto abbiamo registrato un cambio di paradigma che non a caso ha trasformato gli ISP/WISP in Value Internet Service Provider.

"Value" indica gli sforzi ancora più grandi che servono per contribuire a fornire un impatto positivo sulla vita dei consumatori e sulla società in generale; un valore che si traduce in servizi sempre più personalizzati e di qualità, che può realizzarsi solo mettendo insieme competenze ed expertise di aziende diverse; obiettivo che vogliamo raggiungere nei nostri Marketplace.

«Per affrontare al meglio la concorrenza dei big player delle Tlc, gli operatori di prossimità devono aumentare la qualità della loro offerta e arricchire di contenuti le loro reti, spingendosi ben oltre l'offerta della singola connessione.

Sono "condannati" alla qualità così da avere nuovi strumenti per combattere il digital divide che impedisce lo sviluppo di tantissime aree del nostro Paese» È per questo motivo che il nuovo format ha come focus centrale quello di facilitare l'incontro tra le Aziende associate, categorie professionali ed altre realtà imprenditoriali, rivitalizzando domanda e offerta e interazione, anche grazie ad un nutrita serie di interventi altamente qualificati e di grande interesse, che saranno progressivamente presentati. Il nuovo format sarà ITINERANTE: dopo questo primo evento del 15 Giugno, è previsto nel prossimo autunno un nuovo appuntamento a Milano (APMP122), ed altri in alcune delle principali città italiane nel corso del 2023.

APMP prevede l'utilizzo di location prestigiose e facilmente raggiungibili (centro città), e sarà sempre "essenziale" al fine di contenere i costi e per facilitare la presenza delle Aziende associate anche di dimensioni contenute, in mercati tipicamente diversi da quelli in cui operano normalmente.

APMPRO22 si caratterizza per la presenza di una nuova figura di partner: il "main sponsor". In questo primo appuntamento si ringrazia Coretech, storico distributore di soluzioni software e cloud, per aver aggiunto il giusto "valore" all'iniziativa.

Per concludere, Assoprovider ha ricevuto un importantissimo riconoscimento dall'Ordine dei Dottori Commercialisti di Roma, grazie al quale APMPRO22 sarà un evento certificato per il rilascio dei crediti professionali grazie alla qualità del programma degli interventi. Gli accreditamenti degli Ordini Professionali sarà una costante di tutti i prossimi eventi per valorizzare l'Associazione presso tutte i professionisti, incentivandone la presenza e l'incontro con gli espositori che parteciperanno.

Marcello Cama - Vice Presidente Assoprovider



La piattaforma comunitaria

Il nostro giornale, nato sulla scorta di una piccola ma intrigante sfida tra quello che si fa e quello che si potrebbe fare ovvero tra la consapevolezza di venire alla luce in uno scenario da internauti e la voglia di confronto ed interscambio, si è rivelato un contenitore dinamico e stimolante capace di aggiungere un valore in più ad una comunità, come quella degli "operatori di prossimità", sempre disponibile e pronta ad accettare nuove competizioni ed allargare i propri orizzonti. OPEN TLC è stato lo strumento operativo creato ad hoc per aggiungere nuove mission alle tante già esistenti e creare una sorta di piattaforma attraverso cui fare filiera di idee e progetti e, così facendo, stimolare opportunità di incontro e alimentare un efficace dibattito sempre utile alla crescita complessiva. Essere presenti ai Convegni organizzati da Assoprovider, intervistare imprenditori e professionisti, collaborare con televisioni ed altri organi di informazione ci ha convinti che la scelta fatta era più che giusta. Aver approfondito tematiche legate alla possibilità di azzerare sempre più il digital divide, fornire servizi alle zone interne del territorio e costruire, così facendo, nuove opportunità occupazionali... ci ha molto gratificati e ha radicato in noi il convincimento che il mondo virtuale legato ad internet è tutto ancora da edificare e rendere sempre più virtuoso. Condividere con gli altri operatori la necessità di verificare l'importanza o meno di convention mirate, blockchain, turismo on line, approccio con i social, comunicazione efficace ecc ha aperto ulteriori prospettive che, sicuramente, saranno utili ai singoli territori e a chi in essi vive quotidianamente ed opera. Il covid e la guerra, nel frattempo, ci hanno costretti sempre più frequentemente a riflessioni interiori non sempre cariche di ottimismo e, contemporaneamente, ci hanno sostanzialmente allontanati. Assoprovider non ha mai mollato su questo fronte e le iniziative si sono susseguite creando momenti in presenza piacevoli ed interessanti come l'ultimo incontro di Bergamo o le tante lodevoli occasioni locali messe su dai singoli soci sparsi su tutto il territorio nazionale. Mentre, dunque, il mondo viaggia verso una dimensione da "metaverso" fatta di ologrammi ed intelligenze artificiali... cercare e trovare il sistema per creare nuove strategie è stata una scintilla da visionari che, mettendo insieme esperienze disuguali e conoscenze diversificate, ha dato e sta dando ottimi risultati. OPEN TLC, in tal senso, più che un semplice foglio da leggere ed archiviare è diventato una sorta di "piattaforma comunitaria" capace di aprirsi a tutte le collaborazioni e a tutte le proposte. Nuovi momenti aggregativi si stanno organizzando e ci saranno sicuramente altre possibilità... l'invito che posso fare, da Direttore, è dunque rivolto a tutti affinché non ci limiti solo a sfogliarlo ma si senta forte dentro la voglia di partecipare per costruire nuove prospettive. Mi piace concludere ricordando una frase di un grande scrittore americano Ernest Hemingway: "Oggi non è che un giorno qualunque di tutti i giorni che verranno, ma ciò che faremo in tutti i giorni che verranno dipenderà da quello che faremo oggi"

Il futuro, insomma, è oggi!
Nazzareno Orlando
Direttore Responsabile OpenTLC

Servizi Internet di qualità per tutti al via il Marketplace di Assoprovider



Assoprovider lancia un nuovo format. Si chiama APMP (acronimo di Assoprovider Marketplace). Si tratta di meeting

itineranti che, a differenza degli altri eventi che l'associazione organizza, saranno focalizzati sulle proposte di soci e non soci di Assoprovider. Parliamo di produttori e distributori di soluzioni per Tlc, Sicurezza, IoT e software.

«L'obiettivo di APMP sarà quello di creare delle opportunità, mettendo al centro della scena i soci che potranno ascoltare le proposte delle aziende presenti, stringere accordi e aumentare così i servizi che offrono ai propri clienti», spiega Marcello Cama, responsabile Comunicazione e Marketing di Assoprovider.

Roma è la città protagonista del primo APMP con l'evento che si svolgerà il 15 giugno a partire dalle 10 fino alle ore 18. L'evento, sponsorizzato da Coretech Srl, cloud provider white label dedicato al canale It, vedrà la partecipazione anche dell'Ordine dei Commercialisti di Roma, che ha offerto all'associazione la possibilità di

rilasciare crediti professionali ai professionisti che intervengono. L'evento è solo una delle tante iniziative che l'associazione degli Operatori di Prossimità® ha deciso di lanciare per dare un supporto sempre più concreto ai soci e aiutarli a navigare in un mercato complesso, come quello delle Tlc, da una parte.

Dall'altra con APMP, l'associazione consolida la sua mission, quella di aumentare la qualità dei servizi Internet offerta ai cittadini, specie coloro che vivono nelle zone dove più forte è il peso del digital divide sulle attività produttive e anche su quelle sociali.

APMP diviene allora il simbolo delle trasformazioni che l'associazione ha registrato negli ultimi anni riguardo al ruolo sociale ed economico degli Operatori di Prossimità® o internet service provider, che sono diventati prioritari per il Paese, ancor di più dopo la crisi pandemica:

«La vicinanza ai territori ci ha sempre permesso di recepire più velocemente le trasformazioni. Negli ultimi anni soprattutto abbiamo registrato un cambio di paradigma che trasforma gli internet service provider in value internet service provider. "Value" indica gli sforzi ancora più profondi che servono per avere un impatto positivo sulla vita dei consumatori e sulla società in generale. Un valore che si esplica in servizi sempre più personalizzati ed efficaci, che può realizzarsi solo mettendo insieme competenze ed expertise, l'obiettivo che vogliamo raggiungere nei nostri Marketplace», conclude Cama.

Oltre a Coretech, Al primo APMP di Roma hanno aderito espositori come Namex RM, Huawei, Ehiweb, QBOXmail, IPKOM, StratUpData, Vay, Retelit, Panservice - OLO2OLO, ESI Net - Documatic, Trovainternet e Fibertelecom.

main sponsor

CoreTech

OPENTLC MAGAZINE
PUBBLICAZIONE GRATUITA IN SPEDIZIONE POSTALE
PERIODICITÀ QUADRIMESTRALE

Testata giornalistica Reg. Trib. di Benevento
nr. 290/20 del 20 Febbraio 2020

Fondatore: Assoprovider - Associazione di Provider
Internet Indipendenti

Cofondatori: Antonella Oliviero, Marcello Cama

DIRETTORE RESPONSABILE:
Dott. Nazzareno Orlando

Editore: Consulservice S.r.l.
Sede legale Via Chiaio, 5 - 83010, Torriani (AV)
C.F. e P.IVA 02757950643 - iscr. R.E.A. AV N.181151

Impaginazione grafica: **Milagro advertising srl**

TEAMWORK

Nazzareno Orlando
Antonella Oliviero
Marcello Cama
Salvatore Morelli
Milagros Michilli
Antonio Ruggiero

CONTRIBUTI E COLLABORAZIONI

Matteo Fici
Giancarlo Donadio
Domenico Minafò
Davide Gelardi
Alfredo Pasini
Giulio Romano
Francesco Sani

Primo Bonacina
Pasquale Testa
Aniello Ranieri
Luigi Perrella
Sergio Caserta
Antonio Aprea
Giulio Colazzo
Domenico Letizia

CONTATTI

direttore@opentlc.it
redazione@opentlc.it
editore@opentlc.it
segreteria@opentlc.it
marketing@opentlc.it



PNRR & TLC: le opportunità per gli operatori di prossimità

Assoprovider sta dedicando attenzione al complesso tema del PNRR perché in esso risiedono enormi opportunità per le nostre aziende, ma per utilizzarle è necessario sapere navigare in questo complesso mare, senza bussola si naufraga.

Per l'Italia, prima beneficiaria in valore assoluto del Recovery Fund fra i paesi UE (è la prima volta che il debito comune europeo supporta i singoli stati membri), le risorse disponibili previste dal piano nel suo dispositivo per la ripresa e la resilienza sono pari a 191,5 miliardi di sovvenzioni da non restituire ammontano a 68,90 miliardi il 30% i prestiti da restituire a 122,6 miliardi. La rimanente parte la dotazione complessiva del PNRR e di 235,14 miliardi perché ai 191,50 miliardi del NGEU si aggiungono 30,64 miliardi di risorse nazionali e 13 miliardi del programma Reakt, il pacchetto di assistenza alla ripresa per la coesione territoriale Europa. Si tratta di un piano complesso, proviamo a inquadrarlo nelle linee generali e poi ad indicare alcune delle misure più interessanti per le nostre imprese.

L'Italia opera attraverso il suo Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (il PNRR), che prevede oltre a sovvenzioni e prestiti un vasto programma di Riforme fra cui quelle della pubblica amministrazione (sburocratizzazione e semplificazioni), della giustizia, della concorrenza, del fisco; dietro questo vincolo la necessità che il Paese si modernizzi per potersi rilanciare economicamente e socialmente.

Il piano si articola su tre Assi Strategici europei; la transizione digitale a cui spetta il 27% dell'intero importo la transizione ecologica cui spetta il 40%, e l'inclusione Sociale.

Nel nostro PNRR bisogna tenere conto poi delle tre Priorità Trasversali specifiche italiane; Donne Giovani e Sud; le Priorità non sono affidate a singoli interventi ma sono obiettivi trasversali in tutte le componenti del nostro PNRR. per i bandi per le imprese saranno inserite previsioni dirette a condizionare l'esecuzione dei progetti all'assunzione di giovani e donne; attenzione a non dimenticarlo. L'Italia riceverà questi fondi se terrà conto nel suo PNRR e nei relativi bandi, di queste indicatori di ribilanciamento nazionale da un lato e delle riforme di cui sopra; viceversa il programma verrà ridotto e saranno prese una serie di sanzioni verso il paese. Il controllo verrà fatto in itinere mediante il raggiungimento di una serie di traguardi e obiettivi intermedi concordati con l'Europa. Gli interventi che aspirano ad essere finanziati devono essere cantierabili in tempi brevi, la velocità di esecuzione del PNRR è molto maggiore dei tempi cui siamo abituati.

La terminologia PNRR: Missioni, Componenti e Investimenti

Il PNRR è composto da sei Missioni principali:



1. Di-

gitalizzazione, innovazione, competitività, cultura e turismo (40,73 Miliardi);

2. Rivoluzione verde e transizione ecologica (59,33 Miliardi);
3. Infrastrutture per una mobilità sostenibile (25,13 Miliardi);
4. Istruzione e ricerca (30,88 Miliardi);
5. Inclusione e coesione (19,81 Miliardi);
6. Salute (15,63 Miliardi).

Le 6 Missioni si articolano in Componenti; la prima, quella che ci tocca più direttamente (ma la digitalizzazione è trasversale a tutte e sei le missioni, quindi occhio ai bandi) prevede tre componenti: digitalizzazione innovazione e sicurezza nella pubblica amministrazione; digitalizzazione e innovazione e competitività del sistema produttivo; turismo e cultura 4.0. La Missione 2 ne prevede 4, la Missione 3 ne prevede 2, La Missione 4 ne prevede 2, la 5 ne prevede 3 ed infine la Missione 6 prevede 2, e hanno un grado di dettaglio sufficiente ad evidenziare le interconnessioni tra le diverse misure in esse proposte. Quando navigate nel PNRR compariranno una serie di numeri x.y.z..., attenzione ai primi 3: x rappresenta la Missione, y la Componente, z l'investimento.

LA GOVERNANCE DEL PNRR

La Struttura di Coordinamento è insediata presso il MEF e svolge il ruolo di monitoraggio e controllo sull'attuazione del PNRR, è il punto di contatto con la Commissione Europea per il Piano. È prevista una Cabina di Regia presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri, con il compito di garantire il monitoraggio dell'avanzamento del Piano e il rafforzamento della cooperazione con il Partenariato economico, sociale e territoriale. I singoli interventi saranno curati dalle amministrazioni Centrali, Regioni ed Enti Locali sulla base delle competenze istituzionali, tenuto conto del settore di riferimento e della natura dell'intervento. A tale fine presso ciascuna Amministrazione responsabile di una Missione o di una Componente del Piano viene individuata una Struttura di Coordinamento secondaria con la funzione di monitorare e verificare l'attuazione degli interventi che fanno parte della Missione/Componente. Tale struttura provvederà anche a rendicontare le spese e l'avanzamento di "target" e di "milestone" al MEF.

E ora che hai la bussola, buona navigazione.

Matteo Fici

Fondatore Assoprovider

si ringrazia:



METAVERSO

Realtà virtuale e applicazioni per la diffusione della Dieta Mediterranea

La **settimana europea dell'Agrifood**, promossa dal **Future Food Institute**, in collaborazione con la **Rappresentanza della Commissione Europea in Italia**, ha consentito di **elaborare e programmare nuove idee legate alla digitalizzazione e all'innovazione tecnologica** per la promozione del food di qualità e dei valori, materiali e immateriali, della **Dieta Mediterranea**. Il tema del cibo in Campania è stato affrontato da diversi punti di vista partendo dalla cultura e dall'identità, passando per l'aspetto della cura del territorio, delle risorse, della biodiversità e del paesaggio, per poi concentrarsi sulla diplomazia alimentare, la salute, lo stile di vita, la digitalizzazione e la realtà virtuale per promuovere il patrimonio cilentano e campano legato al food. In occasione della settimana è stato presentato in anteprima al **Salone della Dieta Mediterranea - Dmed** il progetto **"Dieta Mediterranea 4.0 oltre il metaverso"** di RuralHack il laboratorio dedicato all'AGRITECH nel **Polo tecnologico dell'Università Federico II di Napoli** realizzato con la startup innovativa **SPUN**. Questo innovativo progetto realizzato all'interno delle attività del programma **PIDMed (Punto impresa digitale)** promosso dalla **Camera di Commercio di Salerno** nasce con l'obiettivo di tenere insieme l'innovazione sociale con l'agricoltura di qualità per la **riattivazione delle comunità rurali in armonia con gli strumenti dell'innovazione digitale**. Lo stimolo del mangiare non risponde solo al bisogno di nutrirsi, ma a quello di vivere un'esperienza: qualcosa di concreto e materiale, che possiamo esperire solo tramite i sensi. Proprio per questo motivo, **il mondo della ristorazione e della produzione alimentare continua ad avere qualche dubbio riguardo il metaverso** ma farsi

conoscere da più consumatori, fidelizzarli e coinvolgerli in un'esperienza immersiva, seppur a distanza fisica, rappresenta una **crescita aziendale** che tutti vorrebbero inseguire. Disporre di un ristorante o di uno store nel metaverso aprirebbe a una serie di possibilità per i food brand, come invitare ospiti da tutto il mondo a interagire con i propri clienti in contesti istituzionali e B2B. I **QR code e le applicazioni innovative** si rivelerebbero uno strumento di grande utilità, collegando non più a una semplice pagina online ma a **un intero ambiente virtuale in cui sperimentare occasioni di convivialità legate al cibo**. Anche le applicazioni dedicate alla Dieta Mediterranea e alla valorizzazione delle sue capacità nutrizionali risultano estremamente importanti. **Esempio autorevole è il progetto SwitchtoHealthy**. Oggi, la Campania è ancora una volta protagonista e ambasciatrice dell'alimentazione sana e di qualità, grazie all'avvio del progetto internazionale **"SwitchtoHealthy"**, che si pone l'obiettivo di costruire un modello condiviso nel bacino del Mediterraneo per il rilancio della Dieta Mediterranea. Il progetto **"SwitchtoHealthy"**, nell'ambito del **Programma PRIMA finanziato dall'Unione Europea** con il Grant Agreement numero 2133 - Call 2021 Sezione Agrofood IA, coordinato da ENCO srl - società italiana specializzata nella gestione dell'innovazione e dei progetti finanziati dall'UE - coinvolge 18 prestigiose organizzazioni - pubbliche e private - di **otto paesi delle due sponde del Mediterraneo** (Italia, Egitto, Spagna, Grecia, Libano, Marocco, Tunisia e Turchia). Il progetto metterà a disposizione delle famiglie **una combinazione di materiale educativo pratico e strumenti digitali**, integrando le raccomandazioni dietetiche e di stile di vita

con prodotti per spuntini più sani e facili da mangiare. **Gli strumenti digitali interattivi** (l'applicazione di SwitchtoHealthy) saranno utilizzati dai genitori per **sostenerli nella preparazione di piani alimentari settimanali più sani per i pasti principali per loro e i loro figli** e il materiale didattico sarà utilizzato per sostenere le famiglie nell'acquisizione di abitudini più sane e per educare i bambini e gli adolescenti. Numerosi i partner che aderiscono al progetto, provenienti da tutto il Mediterraneo: l'**Università degli Studi di Parma (UNIPR)**; l'**Assessorato all'Agricoltura della Regione Campania (RC)**; la **Confederation of Egyptian European Business Associations (CEEBA)**; la **Fundació Eurecat (EUT)**; il **Centro Nacional de Tecnología y Seguridad Alimentaria (CNTA)**; il **Centre de Recerca en Economia i Desenvolupament Agroalimentari UPC-IRTA (CREDA)**; **DELAFRUIT S.L.U.**; il **Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural (DACC)**; il **Centre for Research and Technology Hellas (CERTH)**; il **Consumers' Lebanon (CONS)**; l'**Unité Mixte de Recherche Nutrition et Alimentation (CNESTEN)**; l'**Université Mohammed Premier (UMP)**; **CHOCORICA (CHOCO)**; l'**Associazione Slow Food Tebourba** assieme a **Gi.&Me. Association**, che è presieduta dall'innovativo ingegnere rotariano che da tempo si occupa di food e seafood **Franz Marinelli**, anticipando alcune problematiche che sono oggi al centro dell'attenzione; la **Bursa Uludag University (BUU)**; il **Gökhan Koca Kocahan Şekerleme (KOC)** e l'**Izmir Provincial Directorate of Culture and Tourism (KTB)**.

Domenico Letizia

Giornalista e Seafood Digital Marketing

IPKOM

L'emozionante viaggio che trasforma l'ISP in VISP - Value Internet Service Provider

IPKOM, **VoIP e Cloud Provider White Label**, accompagna l'ISP nell'emozionante viaggio che lo trasformerà in VISP - Value Internet Service Provider. Dal 2003 IPKOM si rivolge ai **partner ad alto valore aggiunto** (internet provider e system integrator) e a **WISP** che intendono focalizzarsi sulla clientela business dotandosi di **servizi e sistemi VoIP con affidabilità carrier grade**. Valorizzare la propria offerta aggiungendo alla proposta della singola connessione una gamma di servizi affidabili e innovativi: questa è la richiesta che sempre più spesso gli ISP rivolgono ai vendor.

IPKOM risponde a questa chiamata proponendo un percorso di crescita grazie a soluzioni scalabili che vanno dalla **modalità "reseller"** fino alla **centrale telefonica dedicata**, che permette all'ISP di offrire un proprio servizio VoIP indipendente dai carrier.

I servizi pensati per il mondo business spaziano dalle **linee VoIP** di qualità ai servizi di **centralino cloud, videoconferenze, chat, fax to mail**, e contribuiranno a fare del canale IT un punto di riferimento per l'innovazione digitale delle organizzazioni di ogni dimensione.



IPKOM da sempre affronta il mondo delle TLC avvalendosi di un proprio **reparto interno R&D** ed è il primo utilizzatore dei software che produce. Questo le consente di fornire al reseller una soluzione che incorpora tutte le funzioni necessarie per gestire i servizi erogati.

NOVITA' App per microbusiness attivabile su utenti che, pur non attivando un centralino, vogliono rispondere alle chiamate sul numero fisso anche da smartphone. Con configurazione automatica dal portale VoIP il reseller può fornire al cliente finale questo strumento innovativo.

PIU' VALORE AI CLIENTI con le soluzioni IPKOM

COMPETENZA | AFFIDABILITA' | PASSIONE

www.ipkom.com

Servizi di qualità +
Portali intuitivi +
Ottimo supporto =

Il rivenditore può fornire
SERVIZI AVANZATI
ai propri clienti

ODOO4WISP E RADIUS4ISP: INTEGRATI E AL SERVIZIO DEGLI OPERATORI

L'attività di internet access service provider e/o voice provider non è solamente un'attività tecnicamente complessa ma, oltre a richiedere la predisposizione e l'acquisizione di risorse significative, implica la conformità a tutta una serie di obblighi normativi alcuni dei quali di impatto non indifferente.

Proprio per quest'ultima motivazione Panservice ha realizzato una suite di applicazioni software destinata agli operatori volta a facilitare le operazioni di adeguamento ad adempimenti fondamentali previsti dalla normativa italiana che regola le telecomunicazioni.

Panservice nasce nel 1991 come software house e fin dal 1995 si dedica al mercato dei servizi internet. L'esperienza maturata nella fornitura di servizi di accesso alla rete con molteplici tecnologie e nella fornitura di servizi ICT basati sulla "rete" costituisce la base d'esperienza per l'erogazione di servizi di supporto ad altri (piccoli) operatori su aspetti procedurali di networking/IT e realizzazione e gestione di sistemi e reti conto terzi.

Panservice, che ha sede operativa e legale a Latina, dispone di una propria rete nazionale basata su un anello di trasporto in fibra ottica che tocca i punti di interscambio di Roma (NameX), e Milano (MiX e Minap) per chiudersi sul nuovo Datacenter di Latina, una struttura con 450mq dedicati ad ospitare con elevata affidabilità servizi propri e di operatori terzi anche grazie anche alla "distanza" RTT di ~1 msec da Roma e di ~10 msec da Milano. Oltre ai servizi destinati ai clienti finali, prevalentemente business, Panservice mette a disposizione degli operatori la suite di applicazioni olo2olo.it che permette, tramite integrazione con gli applicativi ed i CRM dei clienti, la gestione in maniera semplice ed efficace degli obblighi relativi a:

- Migrazione delle utenze rame (xDSL) e voce (number portability) fra diversi operatori voce e di accesso (piattaforma OLO2OLO/ NP)
- migrazione delle utenze FTTH ex delibera 82/19/CIR non contemplata dalla piattaforma OLO2OLO "base", inclusa la number portability di numerazione su risorse FTTH
- pubblicazione delle numerazioni dei clienti sugli Elenchi Telefonici Pubblici attraverso interfacciamento con il database distribuito gestito cooperativamente dagli operatori voce (sistema DBU - Database Unico)
- fornitura al centro di elaborazione dati del Ministero dell'Interno degli elenchi degli abbonati identificati (sistema E.t.Na. - Elenco Telefonico Nazionale)
- sistema per la messa a disposizione delle autorità delle informazioni relative all'ubicazione del chiamante in caso di accesso ai servizi di emergenza (sistema 112-NUE per le chiamate a numeri di emergenza)
- applicazioni per l'esecuzione automatica di filtraggio di risorse IP e DNS a seguito di provvedimenti delle Autorità interessate
- fornitura di sistemi RADIUS™ basati su piattaforma Radiator con nuova interfaccia di gestione personalizzata

La "suite olo2olo.it" permette all'operatore di telecomunicazioni di usufruire di prodotti costantemente aggiornati senza gravare su risorse interne, e riducendo quindi i costi per l'azienda sia in termini di capex dovuto ai costi implementativi, ma anche in termini di opex per i necessari e continui costi di aggiornamento in termine di ore-uomo, e soprattutto senza ritardare il time to market dovuto ai lunghi tempi per la realizzazione di soluzioni

"in-house", aspetto spesso strategico per nuovi entranti sul mercato.

La suite "www.olo2olo.it" ha anche il vantaggio di essere un insieme di applicazioni per operatori realizzate da un operatore che le utilizza, e che ha quindi il bagaglio di esperienza necessario a valutare le problematiche più frequenti e le implementazioni maggiormente utili ed efficaci.

Operatori di qualsiasi fascia dimensionale, da piccoli ISP a grandi operatori nazionali e internazionali hanno scelto di utilizzare alcune delle applicazioni della suite.

"Fornire ad altri operatori strumenti software per lo sviluppo delle proprie attività ed il nostro bagaglio di esperienza per supportarli nelle attività di rete e nella realizzazione dei loro sistemi IP è un'attività che svolgiamo con grande entusiasmo, spesso fornendo - tramite il nostro datacenter di Latina - una piattaforma di ridondanza per ISP che vogliono implementare un punto aggiuntivo alla propria presenza presso uno o più punti di interscambio o dotarsi di propri sistemi cloud dedicati a latenza estremamente bassa verso il core della loro rete" ci racconta Giuliano Peritore.

Panservice rimane quindi un punto di riferimento per gli operatori italiani che necessitano di supporto nel consolidamento delle proprie piattaforme tecnologiche, nel monitoraggio dei propri servizi, nella predisposizione di nuovi servizi per i propri clienti.

Panservice - info@panservice.it - www.panservice.it - www.olo2olo.it

panservice

INTERNET • TELEFONIA • DATACENTER • CLOUD

COSTRUIAMO SERVIZI INTERNET SU MISURA DA OLTRE 25 ANNI



ACCESSO INTERNET E VOCE



SERVIZI IT E DI BACKUP



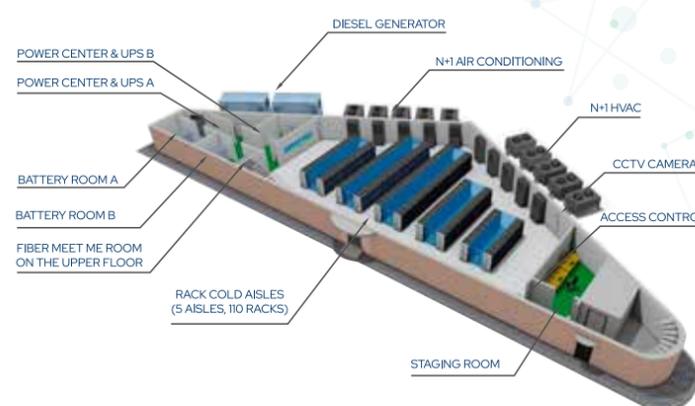
SERVIZI CLOUD ED INFRASTRUTTURALI



SERVIZI PER OPERATORI

WWW.PANSERVICE.IT

IL DATACENTER



RTT from Rome: ~1 msec
RTT from Milan: ~10 msec

I nuovo datacenter di Latina, appena realizzato in un piano di 450 mq della nostra nuova sede interamente dedicato, è il cuore della fornitura dei servizi.

Il personale di supporto residente nello stesso edificio garantisce ridottissimi tempi di intervento in caso di guasto o per esigenze di manutenzione.

LA RETE

Panservice gestisce una propria rete - AS20912 - in fibra ottica ad altissima capacità che tocca le città di Latina, Roma, Milano e Lecce.

Il datacenter da cui vengono erogati i servizi è interconnesso ad elevatissima capacità con i maggiori punti di interscambio nazionali, il NameX a Roma, il MIX ed il Minap di Via Caldera a Milano

Nuovi collegamenti in pianificazione.



LEGAL

Il nuovo Codice europeo delle Comunicazioni

Un'occasione per un'Italia e un'Europa più competitive



Nel corso degli ultimi 20 anni, la Commissione europea è stata impegnata in un aggiornamento periodico del quadro legislativo che regola il funzionamento delle infrastrutture di telecomunicazione e dei mercati dei servizi, in modo da garantire che riflettano le mutevoli condizioni di mercato e incorporino nuovi obiettivi politici. La revisione effettuata tra il 2016 e il 2018, e il recente Codice europeo delle comunicazioni elettroniche (CECE) che ne è il risultato, rappresentano l'iniziativa legislativa più significativa dal 1998 ad oggi.

Nella maggior parte dell'articolato la Direttiva UE 2018/1972 include elementi normativi già oggi presenti nel nostro mercato delle comunicazioni elettroniche, di per sé sufficientemente regolamentato, elementi che probabilmente avranno uno scarso impatto sui player e sui consumatori mentre in altre aree rimangono addirittura sostanzialmente invariate. Il Codice UE introduce però anche molti elementi nuovi, mai affrontati in precedenza ponendosi l'obiettivo primario di uniformare le condizioni "di gioco" anche estendendo le regole a fornitori che non erano mai stati considerati dal contesto normativo, come i player over-the-top (OTT) che offrono una varietà di servizi compresi quelli di comunicazione interpersonale, contenuti e servizi cloud. Il Codice intende anche affrontare le modalità con cui il nuovo impianto normativo potrà realmente garantire che le modifiche legislative adottate dopo il 20 dicembre 2020 saranno efficacemente attuate dai singoli Stati. Per questo la Direttiva ha assegnato al BEREC la predisposizione di linee guida dettagliate di cui le varie auto-

rità nazionali di regolamentazione sono spesso coautori ma a cui dovranno attenersi e tenere in massima considerazione. L'altro aspetto correlato riguarda la misura in cui le autorità nazionali di regolamentazione dovrebbero essere soggette al controllo della Commissione stessa, del BEREC o di una combinazione dei due. Il Codice introduce nuovi accordi istituzionali come il "veto congiunto" e la "revisione tra pari". In altri casi, il BEREC è tenuto a fornire il proprio parere, al quale la Commissione deve prestare la massima attenzione. È probabile che il funzionamento di questi accordi istituzionali avrà un'influenza significativa sull'attuazione della Direttiva e sul raggiungimento dei suoi obiettivi, non da ultimo per eventuali speranze residue di una maggiore armonizzazione della regolamentazione in Europa. Il Codice pone particolare attenzione ad interventi che potranno favorire le aziende che forniscono i servizi di comunicazione come:

- preparare la strada all'implementazione delle reti 5G, con interventi mirati per velocizzare la disponibilità dello spettro radio per il 5G nell'UE;
- periodi di licenza dello spettro di 20 anni per garantire il ritorno sugli investimenti per gli operatori di rete;
- migliore coordinamento delle assegnazioni dello spettro radio, in modo che gli investimenti nelle reti possano avvenire contemporaneamente nei diversi Stati membri.
- una maggiore uniformità all'interno dell'Unione Europea sull'uso efficiente dello spettro radio sia negli aspetti tecnici (sempre più delegati al BEREC) che per quelli forse più importanti dei costi dei diritti d'uso.
- facilitare il lancio di nuove reti fisse ad altissima capacità, concentrandosi sulla concorrenza delle infrastrutture e sul ritorno sugli investimenti in nuove reti;
- nuove regole per il coinvestimento che saranno più prevedibili e promuoveranno la condivisione del rischio nella distribuzione di reti ad altissima capacità;
- regole specifiche per gli operatori solo all'ingrosso con significativo potere di mercato.
- garantire la parità di trattamento di tutti gli attori del settore dei servizi di telecomunicazione, tradizionali o basati sul web, chia-

rendo la definizione di servizi di comunicazione elettronica.

- Altre regole sono mirate a favorire tutti i soggetti che invece utilizzano i servizi di comunicazione
- obbligo di informazioni chiare sui contratti anche attraverso sintesi contrattuali preventive e l'introduzione di un modello di riepilogo che consentirà un facile confronto di diverse offerte di diversi fornitori di servizi;
- obbligo di chiarezza sulle tariffe, nonché obbligo di accesso ad almeno uno strumento gratuito ed indipendente di confronto sulla loro qualità
- facilitazione di qualsiasi cambiamento nel fornitore di servizi, mantenendo lo stesso numero di telefono;
- disposizione per i consumatori di risolvere immediatamente il contratto se le condizioni sono state modificate, con possibilità di mantenere il numero un mese dopo la risoluzione del contratto;
- requisito per gli operatori di fornire un accesso equivalente ai servizi di comunicazione per gli utenti finali con disabilità;
- introduzione di un limite alle chiamate internazionali all'interno dell'UE (già in vigore dal 15 maggio 2019);
- predisposizione per l'individuazione della posizione più precisa del chiamante in situazioni di emergenza durante la telefonata al numero di emergenza europeo 112

Purtroppo il termine per il recepimento nella legislazione nazionale era il 21 dicembre 2020, ma ad oggi, stando al comunicato della Commissione europea, "solo la Grecia, l'Ungheria e la Finlandia hanno notificato all'esecutivo Ue di aver adottato tutte le misure necessarie per il recepimento della direttiva, dichiarando così di aver completato il recepimento".

Per questo Bruxelles ha avviato per l'Italia la procedura d'infrazione per non aver recepito entro la scadenza fissata le nuove norme del Codice europeo per le comunicazioni elettroniche. Di conseguenza sono partite da Bruxelles le formali lettere di costituzione in mora. La Commissione europea chiede, entro due mesi, di recepire la direttiva e informarne l'esecutivo Ue.

Ing. Alfredo Pasini

Consulente e giornalista



TV E COMUNICAZIONE

Spazio LAB

Prima o poi la pandemia da Coronavirus finirà e lascerà i suoi segni su ognuno di noi e, conseguentemente, sull'intera collettività. Ci ricorderemo di un prima e di un dopo. Come sempre accade nelle situazioni che restano impresse nella storia dell'uomo. Molte cose cambieranno e il 2020 sarà ricordato come l'anno che cambiò la vita dell'uomo. Saranno, intanto, nati nuovi modi

di relazionarsi con gli altri che, si spera, potranno nel frattempo essere cancellati dall'avvento di una "normalità vera" capace di ridare respiro alle vecchie abitudini. Resteranno, comunque in vita nuove consapevolezza che, ci piaccia o meno, ci costringeranno a mutare il nostro modo di guardare la vita e il futuro. Questi modi di essere incideranno nei rapporti interpersonali, nel modo di lavorare, nei meccanismi che influiscono sull'economia, sulla politica, sul mondo dell'informazione e in quello della didattica. Nella scuola resteranno, probabilmente, trasformazioni che oggi si stanno imponendo come metodo e i cui effetti potremo valutare soltanto nel tempo. Alcune di queste modifiche certamente saranno generate dai diversi comportamenti e dalle problematiche derivanti dall'isolamento sociale e dalla interruzione delle attività lavorative in presenza. Altre saranno generate dall'utilizzo intensivo degli apparecchi e delle reti digitali che l'informatica ha messo a disposizione di tutti, sostituendosi con forza a gran parte delle procedure che erano utilizzate dall'uomo nel suo vivere quotidiano. Nei primi decenni del nuovo millennio l'uso delle tecnologie digitali aveva già registrato un enorme aumento, sia in termini di uso temporale che in termini di utenza. Il virus ed alcune imposizioni e restrizioni ad esso collegate hanno di fatto portato all'utilizzo massimo di computer, smartphone, app e internet facendo registrare una crescita temporale straordinaria. L'isolamento ha dunque spianato la strada ad un modo di relazionarsi con gli altri attraverso i nuovi sistemi. La vita di tante persone è diventata, improvvisamente, molto più digitale che fisica. Il mondo sta facendo un uso imprevisto della rete e di tutti gli strumenti informatici. Questo vale sia per le attività lavorative che per il tempo libero. Oltre alla Tv tutti si sono interessati (e si interessano) alle notizie sul virus. I social sono serviti per contattare i parenti lontani, per trascorrere qualche minuto con gli amici di sempre, per comunicare con il mondo, per rilassarsi o per guardare trasmissioni online. Tutta una serie di attività che sono servite per dare un senso ai giorni trascorsi in lockdown e per



poter restare in contatto con gli altri. Ovviamente esiste e siamo convinti debba continuare ad esistere ancora una differenza tra materiale e immateriale, tra fisico e digitale, ma questa differenza si sta riducendo sempre di più fino al punto da farci temere che le prossime generazioni diventeranno esclusivamente legate ad internet, al suo utilizzo e agli sviluppi ad esso connesso. Il Coronavirus ci ha, di fatto, separati mentre l'informatica ci sta unendo dando vita ad un universo artificiale che fa sintesi tra il reale e il virtuale in un unico grande nuovo spazio. Le tecnologie digitali, dunque, stanno mostrando la loro grande potenzialità in un mondo apparso fragile di fronte ad un nemico invisibile. Un fantasma che in poche mesi ha messo in crisi il pianeta, ha abbattuto muri e guerre, ha ridato improvvisamente voce e spazio alle competenze, agli scienziati, agli esperti che negli uffici e negli ospedali ogni giorno si battono per salvare la vita dei contagiati. Le nuove tecnologie ed il digitale stanno dimostrando, parallelamente, la loro importanza la loro forza a sostegno della medicina ma anche del telelavoro, della didattica online che scuole e università stanno usando in maniera intensiva, nelle videoconferenze, nel fare da tampone alla mancanza di contatti diretti. L'essere umano sta scoprendo di potersi conservare come unità sociale grazie alle apparecchiature digitali e, ciò, non sarà mai più annullato interamente. A fronte di ciò va sottolineata l'importanza strategica della lotta al digital divide e la contemporanea necessità di avere non solo monopoli ma una intelligente diffusione di provider ben organizzati ed efficaci capaci di essere presenti sui territori e di fornire servizi lì dove le necessità lo richiedano. Stiamo, insomma, vivendo qualcosa di realmente inedito che lascerà segni, probabilmente, per sempre. Tuttavia, ogni tecnologia, ogni apparecchiatura non genererà soltanto benefici ma richiederà maggiori regole e maggiori abilità capaci di evitare che l'aumento degli usi favoriscano alcuni a danno di altri. Le tecnologie digitali, infatti, hanno permesso la creazione di grandi egemonie che ormai hanno impatti spesso più importanti di molti governi. Per essere, dunque, all'altezza della fase che viviamo dovremo anche ampliare le capacità di uso sociale delle scoperte evitando di rimanere vittime delle stesse. Saper governare questa vera e propria rivoluzione è il compito che ci attende e che consegniamo alle nuove generazioni. Lavoreremo, concludendo, per garantire un utilizzo concreto e diffuso del digitale che aumenti le libertà dei cittadini e che non serva a limitarle: sarà questa una delle nostre "mission" più importanti!!!

Antonella Oliviero
Editore OpenTIC

SICUREZZA INFORMATICA

Assoprovider "sale sulle Torri" occhiello occhiello

Il possesso delle infrastrutture è uno degli step che permetterebbe agli operatori di prossimità di fare un grande salto di qualità, abbassare il costo dei servizi e avere più margine per crearne di nuovi.

Partendo da questa esigenza sentita da tutti gli operatori, Assoprovider si è attivato per cercare delle soluzioni. In questi anni, l'associazione è cresciuta grazie alle tante partnership di qualità che è riuscita a stringere, nel solco della sua mission, che è quella di incrementare il proprio networking, con delle connessioni di qualità.

L'ultimo ingresso in ordine temporale è Cesaf. Nata come impresa edile, si è dedicata negli anni al mondo delle tlc, grazie alla realizzazione di impianti di ricetrasmisione e altri servizi. La collaborazione con Cesaf è nata grazie all'intraprendenza di due soci, Marcello Cama e Marco Liss che si sono dati da fare per offrire un'altra opportunità agli operatori.

Il progetto che vede la collaborazione tra Assoprovider e Cesaf, nella persona di Diego Pol, prende il nome di "Le Torri" e rappresenta la possibilità, per i soci, di poter contare su proprie infrastrutture con le quali sviluppare nuovi servizi per i clienti.

«Ho incontrato Diego Pol a Milano dove la sua azienda ha svolto un progetto per la Città Metropolitana di Milano. Mi ha parlato della sua azienda, impegnata nella costruzione di torri di telefonia. Abbiamo parlato di possibili sinergie con la nostra associazione, della possibilità di dare accesso a delle infrastrutture nuove in zone che sono oggi scoperte», spiega Marco Liss.

Dopo l'incontro, Liss ha parlato della possibilità a Marcello Cama, il responsabile comunicazione di Assoprovider, il quale si è messo

subito in moto per realizzare un primo protocollo di intesa, come racconta lui stesso:

«La crescita degli operatori di prossimità è direttamente proporzionale alla crescita dell'economia del Paese, dato che garantiscono connettività in zone che sono considerate dai big player a fallimento di mercato. Per questo siamo entusiasti di collaborare a un progetto che permette agli operatori di pensare sempre più in grande, di usufruire di vantaggi che sono tantissimi anche in considerazione della natura sostenibile degli investimenti».

Il progetto è stato presentato per la prima volta ad APBG, l'evento che l'associazione ha tenuto nella città di Bergamo, ad aprile. Proprio in quell'occasione, Diego Pol ha spiegato la quattro forme possibili di collaborazione tra Assoprovider e la sua azienda, che ha l'obiettivo di costruire circa 2.000 torri in Italia, grazie al supporto, nel progetto, del fondo di investimento Green Arrow Capital:

«Esistono quattro modalità possibili di collaborazione. La prima è il sostegno dei soci nella costruzione di un'infrastruttura. Questa è la strada che permetterebbe ai soci di diventare proprietari di una parte della Torre, usufruendo dei tanti vantaggi garantiti dal suo possesso. La seconda è la possibilità di segnalare all'azienda delle infrastrutture di proprietà dei soci che necessitano di un rinnovamento perché soprattutto non riescono a supportare altri carichi. La terza consiste nella segnalazione di strutture da acquistare. E poi un ultimo punto, che tuttavia è il più importante di tutti, riserviamo la possibilità a chi ha idee innovative nei servizi di segnalarle per ottenere dei finanziamenti», spiega Diego Pol.

I vantaggi dell'accordo sono sia per l'azienda che l'associazione, in un'ottica win win, come fa notare Liss:

«Cesaf ha bisogno di noi perché non può conoscere tutto il territorio: ha bisogno di qualcuno che lo conosca davvero e che possa interfacciarsi con gli enti pubblici interessati. Si tratta di un'opportunità per utilizzare infrastrutture nuove, qualificate e ben dislocate sul territorio, per ampliare la propria rete o sostituire postazioni critiche o congestionate», conclude Liss.



LE TORRI
ASSOPROVIDER

vayu

DALLE IMPRESE

ODOO4WISP E RADIUS4ISP: INTEGRATI E AL SERVIZIO DEGLI OPERATORI

Innovazione aziendale: quella digitale passa dai software

Oggi più che mai, poter contare su **sistemi informativi digitali** e **smart** è diventato di fondamentale importanza (o addirittura sopravvivenza) per le aziende. Lo smart working da una parte e l'accelerazione di tutto quello che possiamo definire tecnologico dall'altra, stanno rischiando di diventare una criticità per tutte le realtà, spesso piccole, che rimangono ancorate alle vecchie logiche del mondo del lavoro. Eppure, i vantaggi per chi sposa gli obiettivi delle sfide digitali sono tantissimi: uno fra tutti l'**interazione attiva** tra tutte le attività svolte dai propri collaboratori, a prescindere dai singoli ruoli. Che significa conoscere, in modo semplice, veloce e centralizzato, cosa, quando e perché è stata effettuata un'azione all'interno di un flusso di business ben preciso. Se poi le azioni vengono del tutto, o quasi, automatizzate al vantaggio descritto si aggiunge quello più prezioso dell'ottimizzazione.

In questo scenario, al voler fare da traino all'interno del mondo delle TLC, trovano posto **Odoo4Wisp** e **Radius4ISP**. Sono i due applicativi interamente sviluppati da Vayu s.r.l che hanno un solo obiettivo:

portare il concetto di **scalabilità**. Ambizioso, certo, se la si considera come una leva per la crescita dell'azienda ma in che modo vi starete chiedendo. Il primo è un applicativo gestionale (ERP) che accompagna l'operatore, nella sua interezza, nei processi di gestione: acquisizione cliente, **trattative commerciali**, gestione dei servizi sottoscritti, e quindi gestione del contratto e **delle lavorazioni connesse**. Una sola interfaccia sulla quale consultare l'andamento del fatturato, dove la generazione delle fatture è completamente automatica, visionare il numero di richieste di assistenza, i tempi spesi per ogni richiesta o semplicemente i clienti **disattivati perché poco redditizi**. A riconoscerli è lo stesso strumento integrato sulla piattaforma che si attiva per l'invio dei solleciti con una escalation personalizzata. Radius4ISP è il software che non può mancare all'interno di quelle realtà con una propria infrastruttura di rete. Parte del nome svela la sua caratteristica primaria (non principale), ovvero la gestione dell'**authentication, authorization ed accounting (AAA)** ma in realtà c'è molto altro. Un hub con dashboard e grafici che monitorano il servizio radius, le prestazioni dello stesso server oltre che

gli account connessi, o le frequenti disconnessioni ad esempio. Un sistema con il quale assegnare da subito indirizzi IPv6, immagazzinare le informazioni sulle linee dei clienti e quindi dei vendor e delle Tecnologie e qualsiasi altro campo di interesse perché completamente personalizzabile.

A renderlo un prodotto di elevato interesse è la sua granularità dei servizi disponibili, che comprendono anche la **verifica di copertura** con la ricerca sui database degli operatori nazionali più importanti, la **gestione delle migrazione tra olo** nel pieno rispetto della delibera 274/07/CONS per l'Olo2Olo e la predisposizione al sistema di intercettazione e analisi del traffico dati e voce denominato **IRIS**. Entrambi gli applicativi, Odoo4Wisp e Radius4ISP, sono completamente integrati nella gestione dei customer e dei loro servizi, ma soprattutto comunicano in modo bidirezionale tra di loro. Questo rende completamente interattiva la gestione di aspetti sia amministrativi che tecnici perché vengono azzerati passaggi intermedi e ripetuti a cui la maggior parte dei software obbliga non dialogando nativamente tra di loro.

vayu

NEW MEDIA

Le aziende ed i social network. Rischi e opportunità.

Vado subito al punto rispondendo alla domanda: “È conveniente per le aziende essere sui Social?”. Parfrasando il maestro Miyagi del film “Karate Kid”, potremmo dire (leggetelo con un tono orientale): “Quando vuoi fare comunicazione, se decidi di investire nei Social, va bene; se decidi di non investire nei Social, va bene. Se decidi di fare comunicazione usando i Social senza investire, rischi di avere solo grandi problemi”.

Per quale motivo moltissime aziende decidono di aprire un proprio account su un Social network? Per lo stesso motivo per cui si ritiene opportuno aprire un punto vendita in una zona della città trafficata o in un centro commerciale. I Social network sono i luoghi di internet in cui ogni giorno si ritrovano milioni di persone. Ma al contrario di quanto si possa pensare questo deve essere considerato a tutti gli effetti un investimento. Vediamo perché.

Proprio per la potenziale ma enorme esposizione, per avere un riscontro tangibile in termini di immagine e soprattutto di vendite, le aziende che fanno comunicazione, possono cogliere questa opportunità a patto di possedere sia una chiara “identità” che una buona conoscenza delle piattaforme su cui, si ritiene opportuno essere presenti.

L'identità, aziendale o del marchio è lo strumento più utile per distinguere i propri prodotti o servizi che si offrono nel mare magnum delle offerte già presenti sulle piattaforme. Senza un'idea chiara su quali sono i clienti che si vogliono attirare e del tono con il quale si desidera rapportarsi con loro, la comunicazione aziendale avrà una bassa possibilità di colpire il lettore e rientrare nell'elenco delle aziende a cui penserà quando avrà bisogno di un prodotto o un servizio simile a quello che proponete. In altre parole, non riuscirete ad entrare in quella che nel marketing è conosciuta come “short list”.

Capire il funzionamento delle piattaforme che si desidera sfruttare per far conoscere i propri prodotti o servizi è un aspetto chiave da considerare per avere un grande seguito e quindi un numero elevato di potenziali clienti. Vediamo quali sono gli aspetti principali.

L'algoritmo. Prima della grande diffusione dei Social Network, il successo di un messaggio promozionale, al netto della sua

qualità, dipendeva dalla capacità di individuare il “luogo” migliore per mostrarlo con lo scopo di intercettare il maggior numero di persone possibili. Quindi, per esempio, per un cartellone, il luogo più frequentato da persone, o per uno spot, il programma televisivo o radiofonico con il maggior numero di spettatori o per una inserzione, il giornale con il numero di lettori maggiore possibile.

Con i Social network, la distribuzione dei contenuti è legata all' algoritmo della piattaforma, cioè all'insieme di regole che determina il numero di persone che vedranno il post che abbiamo pubblicato, sia gratuitamente che a pagamento. L'algoritmo del Social Network determina il suo maggior fattore di successo e per questo farà in modo di proporre quei contenuti che reputa più interessanti per gli utenti per ottenere un maggior tempo trascorso sulla piattaforma. Conoscere e tenersi aggiornati sulle principali caratteristiche dell'algoritmo della singola piattaforma permetterà di ottenere un pubblico maggiore.

Le caratteristiche della piattaforma. Per attirare un numero sempre maggiore di utenti le piattaforme che tentano di distinguersi per il modo in cui espongono i contenuti, puntano per esempio sui testi, sulle immagini, sui video lunghi o brevi. Per avere successo sulle specifiche piattaforme è, quindi, necessario usare formati, linguaggi e toni specifici per la singola piattaforma.

Stare su un Social Network vuol dire soprattutto raccontare l'azienda. Pubblicare contenuti con il solo scopo di promuovere i propri prodotti non è una strategia utile. Proprio come si fa con un profilo personale, per avere molto seguito, è necessario coinvolgere gli utenti tramite un racconto che parli delle proprie esperienze in modo che queste possano essere interessanti e utili per chi legge.

Senza dubbio, i tipi di contenuti che hanno più successo, sono i video brevi, capaci di immergere immediatamente il visitatore nell'atmosfera in cui vogliamo ambientare il nostro racconto, sia che si tratti del processo produttivo che dei modi di impiego del prodotto o semplicemente della descrizione dei dettagli che lo rendono prezioso. D'altra parte però è anche il sistema più impegnativo con cui creare un contenuto poiché sono necessarie maggiori competenze.

Una buona alternativa sono le immagini che però dovranno essere sempre di buona qualità, e magari utilizzate in una sequenza.

Come capire se si è sulla strada giusta? A differenza di uno spot o di un cartellone pubblicitario, un Social network ci permette di avere una misura precisa del gradimento dei contenuti che pubblichiamo, mettendo a nostra disposizione vari tipi di statistiche: di visualizzazione, di interazione che possono avvenire attraverso “reazioni” manifestate con icone di vario tipo, commenti e condivisione. Ma l'azione più potente di cui dispongono gli utenti di un Social Network sono le condivisioni, la possibilità cioè di rendere visibile sul proprio profilo personale una specifica pubblicazione per testimoniare ai propri contatti l'apprezzamento o la critica di una idea o di un prodotto dando il via al fenomeno della cosiddetta viralità.

Non perdere il controllo dei propri contenuti. Abbiamo visto che la produzione dei buoni contenuti non è il frutto di azioni estemporanee, ma di cura e pianificazione. Per questo motivo non dobbiamo mai dimenticare che stiamo pubblicando su una piattaforma di cui non abbiamo il pieno controllo. Accedendo alla piattaforma, accettiamo quasi sempre dei lunghi e complicati regolamenti senza in realtà dargli molto peso, il che potrebbe portarci più o meno inconsapevolmente a violare questi accordi con il conseguente pericolo di vederci impedire l'accesso o, nel peggiore dei casi, di vedersi oscurare la propria pagina con tutti i suoi contenuti. Cosa fare allora?

La raccomandazione è di usare i contenuti più importanti anche per animare un proprio sito web, creando una nuova possibilità che siano consultati anche in assenza del nostro Social network preferito.

Alfredo Vittoria
Digital strategist

GDPR

Cyber Security e GDPR: integrata è meglio

“Il tutto è maggiore della somma delle sue parti”. Questa frase di Aristotele mi ha sempre accompagnato nelle mie esperienze professionali e personali. Sono fermamente convinto che, qualsiasi processo preso singolarmente, abbia un valore notevolmente inferiore se non integrato ed armonizzato con le altre componenti di un sistema d'insieme complesso.

Questo vale per tutto; il singolo fortissimo atleta non fa una squadra vincente, ma una squadra vincente mette in evidenza le capacità dei componenti facendone un “tutto” più forte, valorizzando le singole capacità, che, se ben integrate, creano l'insieme.

Questo anche nell'approccio alla compliance GDPR ed alla Cyber security. Non può esistere l'una senza l'altra, non può esistere disallineamento tra i comparti. Il risultato finale, e cioè la garanzia della protezione dei dati, nasce dalla giusta dose di analisi dei rischi, valutazione delle vulnerabilità, applicazione di sistemi di sicurezza e monitoraggio del tutto. Ma perché quando parliamo di Cyber security, pensiamo sempre a qualcosa di complesso ed estremamente costoso? O viceversa, approcciamo la questione con la superficialità di chi si addentra in un tunnel senza sapere questo dove vada a finire? Perché le proposte sono varie, sovradimensionate e viceversa, legate a budget striminziti o a richieste di fornitori esose e non proporzionate. In pratica, perché è un settore delicato, dove il marketing è basato sulla stra-

tegia della tensione ed i clienti, impauriti, finiscono per rimandare le scelte fino a che il *databreach* non blocca l'operatività e l'azienda. Non voglio fare un intervento tecnico, ma esprimere un pensiero etico. I dati di una organizzazione vanno protetti perché sono il capitale dell'impresa e perché le normative ce lo impongono, ma i provider di servizi devono intervenire sull'impresa a fronte di un'analisi onesta e tenendo conto delle probabilità di accadimenti di incidenti e dei rischi connessi.

Non c'è bisogno di installare una piattaforma SIEM, *Security Information and Event Management*, se l'azienda non ne ha bisogno, come non è possibile pensare che un semplice antivirus ci protegga dai malware e non ci faccia incappare in una richiesta di riscatto.

Valutare l'infrastruttura dell'azienda, i dati che tratta e come, la preparazione degli operatori, il settore in cui opera, il contesto, le possibilità d'investimento e, solo dopo tutto questo, integrare sistemi proporzionati e scalabili per garantire quello che è giusto per una compliance che non faccia paura agli imprenditori, ma che sia di supporto alla crescita della sua azienda ed alla evoluzione di una cultura della sicurezza informatica amica e non superflua.

Luigi Perrella

DPO – GDPR Advisor – It Security
CEO e Founder Start Up Data Protection - Napoli



NUOVE INIZIATIVE

Big data e l'impossibilità di vivere offline

Internet è andato oltre la fantascienza. Il cinema e la letteratura – da *Matrix* a *Blade Runner*, passando per i romanzi di Philip K. Dick – hanno immaginato intelligenze artificiali che si evolvono fino ad essere indistinguibili dall'uomo nell'agire, nel pensiero e nei sentimenti. Ma il *world wide web* non solo è sfuggito al controllo umano, autoregolandosi grazie ad algoritmi che ne affinano la capacità di funzionamento e servizio, ma ha impregnato la nostra vita così tanto che siamo noi a doverci adattare a internet. Oggi *offline* è impensabile lavorare e – a causa della pandemia – è stato impossibile fare nuove conoscenze. Gli ultimi due anni sono stati quelli del *remote working* ma anche del *boom* delle App social di incontri.

I social, gli assistenti vocali e i "terribili" algoritmi.

Instagram per esempio ha rivoluzionato la moda. Oggi la comunicazione sul web in questo campo tramite i soggetti classici (fotografo, modelle, stylist, truccatore...) è impostata già per la resa che deve avere sui social, non più sui cataloghi o le riviste di settore. Altro esempio è il riconoscimento vocale – da Alexa a Siri – che ci costringe a parlare come una macchina per essere compresi... Da una macchina, appunto! Ancora, la questione – forse etica? – degli algoritmi come "capo". Per i *riders* o i magazzinieri di Amazon, in tutta la cosiddetta *gig economy* è un algoritmo che distribuisce compiti e stabilisce tempi di lavoro. L'algoritmo vuole spingere a comportarsi nella mansione sempre in maniera perfettamente logica, quindi l'*online* è diventato biopolitica: siamo eternamente connessi, non solo per lavoro, ma anche per tutte le altre faccende della quotidianità. Spesso lo smartphone è il primo oggetto che prendiamo in mano la mattina appena alzati e l'ultimo che possiamo prima di addormentarci.

Vivendo continuamente con il web viene meno il significato dell'espressione "staccare dal lavoro", perché è impossibile o quasi farlo realmente. E qui tocchiamo un punto critico dell'evoluzione tecnologica applicata al lavoro: "drogare" l'efficienza dei lavorato-

ri con strumenti che li rendono sempre reperibili e spiabili. Non si tratta solo dello scandalo che scoppiò per il software di Apple che localizzava costantemente l'apparecchio, è qualcosa di più inquietante. L'**attivista** ex tecnico della CIA e *whistleblower* statunitense Edward Snowden ha definito lo smartphone "a spy in your pocket".

Biopolitica di Big Tech.

Il filosofo croato Srećko Horvat – una delle menti più brillanti che abbiamo in Europa – afferma nel suo saggio *Sovversione! Conversazioni su politica, amore e tecnologia* come « [...] 80 like permettono a Facebook di conoscerti meglio di quanto ti conosce il tuo partner >>. Attenzione però, in fin dei conti non è l'intelligenza artificiale che tramite l'esperienza migliora le sue performance esattamente come fa l'uomo. Ovvero la tecnologia digitale ha permesso alle piattaforme – le Big Tech, da Google ai social – la capacità di raccolta di un'incredibile quantità di nostri dati personali, prodotti ogni momento che siamo connessi *online*, volontariamente o involontariamente. Ecco cosa fanno i "terribili" algoritmi di cui sopra: leggono, filtrano e immagazzinano dati su di noi. Questo è il vero significato di "intelligenza artificiale".

La scrittrice americana Joanne McNeil ha evidenziato nel suo libro *How a person became a user* la mutazione della nostra fruizione del web. Dobbiamo ricordarci quindi che molti dei servizi di cui usufruiamo, da una ricerca su Google all'aprire un account social, sono gratuiti perché siamo noi il prodotto in vendita! Siamo venduti sotto forma di dati, gusti e preferenze. In una parola: profilazione pubblicitaria.

Il bene più rilevante per una piattaforma è l'informazione, per questo parliamo adesso di "capitalismo dei dati". Amazon è il nuovo padrone. E come in ogni sistema capitalistico, anche quello dei dati crea disuguaglianza. Siccome tutto questo ha un effetto su di noi come cittadini, consumatori e lavoratori, occorrono leggi internazionali per arginare le Big Tech nell'uso dei *Big data*.

Big data e nuovi monopoli.

La pandemia ha reso evidente gli effetti speculativi che questa implementazione digitale, senza governo della gestione dei dati, ha creato un nuovo monopolio. Le Big Tech hanno accresciuto la loro remunerazione sui mercati finanziari e indirizzato la "rivoluzione digitale" a loro esclusivo vantaggio. La logica del profitto, con i nostri dati, ha aperto profonde disuguaglianze tra chi detiene le informazioni e tutti quei lavoratori che sono costretti a svolgere mansioni ripetitive o precarie.

Quindi se *Big data* è il nuovo petrolio del capitalismo, materia prima della *new economy*, dove monopoli privati sfruttano i dati per accrescere ricchezze e influenzare pure le regole democratiche – lo scandalo Cambridge Analytica insegna – le istituzioni devono correre velocemente ai ripari. Per questa ragione l'innovazione tecnologica e l'intelligenza artificiale non possono più essere lasciate alla logica del mercato.

Gli americani lo avevano già capito all'inizio del Novecento che imprese dominanti avrebbero avuto un'influenza eccessiva sul potere politico e sul benessere dei consumatori. Non a caso il presidente Thomas Woodrow Wilson già un secolo fa affermò che "ciò di cui il paese ha maggiormente bisogno è una legislazione che si occupi di coloro che ancora devono farcela, non di chi ce l'ha già fatta".

Se oggi sono evidenti alcune mosse del presidente Joe Biden nell'ottica di tentare una maggior regolamentazione dei colossi dell'economia digitale, è perché alcuni principi di libero mercato necessitano di tutela da una pericolosa erosione.

Francesco Sani

giornalista pubblicista e ha un master in Sociologia. Membro di redazione della rivista *Firenze Urban Lifestyle*, è responsabile di redazione per *Smart Working magazine* e scrive inoltre per *Il Fatto Quotidiano*, *Elitism* e *Artribune*.

Fibra FTTO: connessione 1 Giga per le aziende, simmetrica e dedicata

Lavorare con una connessione Internet 100% fibra e velocità 1 Giga è possibile, e grazie alla velocità simmetrica è possibile avere anche le stesse prestazioni in download e upload. La connessione FTTO di Ehiweb arriva anche nelle zone meno coperte, perché siamo stati i primi a proporle su **tutto il territorio nazionale** e abbiamo arricchito questo vantaggio con l'esperienza.

La necessità di lavorare con una connessione ultra veloce è sempre più diffusa, in particolare per le attività che si trovano in zone scarsamente o per nulla coperte da connessioni cablate velocissime, come succede per molte aziende con impianti produttivi o uffici che per ragioni di costi, spazio e logistica sorgono in aree industriali o periferiche.

È arrivata la FTTO, Fiber To The Office per le aziende

Il bisogno di comunicare, gestire e organizzare grandi quantità di dati, e di garantire ai dipendenti in smart working la possibilità di collegarsi in modo snello alla rete è uno dei casi più frequenti in cui è importante avere una connessione ad altissima velocità.

E possiamo fare altri esempi:

- **strutture per il coworking** e nuovi centri

lavorativi che ospitano in modo diffuso i lavoratori aziendali e occasionali, professionisti che lavorano fuori dalla sede principale o sono nomadi digitali

- **strutture ricettive di medie e grandi dimensioni** che vogliono offrire collegamenti di qualità ai loro ospiti, per collegare i loro device al wi-fi della struttura o fornire servizi di streaming video

- **aziende di medie e grandi dimensioni** che vogliono sfruttare la qualità della fibra e abbandonare le vecchie connessioni HDSL per avere, anche in luoghi remoti, collegamenti internet di alta qualità e performanti.

La nostra offerta FTTO (Fiber To The Office) nasce per **portare la fibra ottica dedicata in tutto il territorio italiano**, arrivando a una copertura del 95%.

Ecco le caratteristiche della nostra FTTO:

- **velocità fino a 1 Giga simmetrica** in download e upload e 100 Mega garantiti
- previsione di aumento della velocità in download e upload **fino a 10 Giga**
- ogni azienda che attiva una FTTO avrà un assistente personale contattabile in modo diretto per qualsiasi necessità.

Il vantaggio di avere un referente personale

Avere un solo interlocutore per le attività di assistenza snellisce ogni richiesta e procedura: non è più necessario spendere tempo al telefono per ascoltare i risponditori automatici e poi rispiegare gli stessi dettagli a persone sempre diverse. La nostra assistenza lavora da Bologna, è stabile e formata per rispondere in modo veloce e completo a qualsiasi richiesta di carattere commerciale e tecnico.

Più informazioni e acquisto della FTTO Ehiweb

Siamo stati i primi provider italiani a fornire la FTTO ad aziende e reseller (ISP e WISP) per eliminare problemi di connessione, colli di bottiglia e accedere finalmente a velocità che permettono di lavorare e usare meglio i servizi collegati a Internet.

Per maggiori informazioni e per iniziare le procedure di attivazione, puoi chiamare il numero verde 800 911 171 e parlare con la nostra assistenza che ti fornirà tutti i dettagli necessari per portare la FIBRA sicura anche presso la tua attività.