

# Quanto genio Made in Italy in vetrina al Web Summit

Le migliori startup italiane presenti a Lisbona per il più grande evento sulla tecnologia

29/11/2017 - 12:34



È il più grande appuntamento al mondo dedicato alle startup innovative e al mondo della tecnologia in generale: il Web Summit di Lisbona, che si è tenuto dal 6 al 9 novembre scorsi, non ha deluso le aspettative, facendo parlare di sé e delle novità presentate sul palco. Palco che è stato calcato dai big della scienza, da Stewart Butterfield (CEO di Slack) a Steve Huffman (CEO di Reddit), da Sean Rad (co-fondatore e presidente dell'app di incontri Tinder) a Gillian Tans (CEO di Booking.com), da Mark Hurd (CEO di Oracle) a Brian Krzanich (CEO di Intel), passando per Werner Vogels (CTO di Amazon) e Brian Smith (Presidente di Microsoft).

## I BIG SUL PALCO

Non solo, ma all'ultima edizione del Web Summit si sono visti anche pezzi grossi della politica, come Al Gore, la commissaria europea per la concorrenza Margrethe Vestager, il Segretario Generale delle Nazioni Unite António Guterres e l'ex Presidente Francese François Hollande. Senza dimenticare Stephen Hawking, che è intervenuto a sorpresa sul palco della Meo/Altice Arena. Conferenze a parte, il cuore della manifestazione era rappresentato dalle startup, tutte pronte a presentare le proprie novità a caccia di investitori. E in questa reunion di intuizioni geniali, non poteva mancare l'Italia, che con il suo savoir faire non è seconda a nessuna in tema di tecnologia e digitalizzazione. Diverse le startup italiane protagoniste in Portogallo, tra cui spicca Self, che opera nel settore dei CRM per le reti di vendita con un'innovativa piattaforma, premiata da Apple come App più innovativa e come Migliore nuova business app in tutto il mondo. L'azienda, partita dal famoso incubatore di startup trevigiano H-Farm, aveva già partecipato al Web Summit, ma quest'anno ha ottenuto l'accesso nel

cosiddetto gruppo "START", il gruppo delle startup considerate in più rapida crescita a livello mondiale.

## **COMPETITOOR**

Non era una novità assoluta nemmeno Competitoor, startup che permette di controllare in maniera automatica i prezzi della concorrenza e della propria rete distributiva in tutto il mondo. "Abbiamo colto l'occasione soprattutto per presentare alcune delle prossime novità che inseriremo in Competitoor - ha spiegato il co-founder & CEO Davide Lugli -, visto che il Web Summit è prima di tutto un'occasione per scoprire il Web del futuro prossimo e siamo estremamente soddisfatti del feedback che abbiamo ricevuto. Pur essendo un'azienda con cervello italiano, non sfiguriamo di fianco a soluzioni straniere che possono usufruire di fondi economici enormi. Le nostre novità riguardano la capacità, grazie ai milioni di dati che analizziamo quotidianamente, di creare il prezzo giusto per chi vende e grazie a questo ottimizzare le vendite, le pubblicità e le promozioni".



## **UberAir, si entra nel futuro: ecco i taxi che volano in cielo**

In quasi tutte le metropoli del mondo il traffico ha raggiunto livelli insostenibili, tali da spingere a ripensare a un modello di mobilità che sia allo stesso tempo performante e sostenibile. Una risposta in questo senso è arrivata da Uber, che ha scelto la vetrina del Web Summit per presentare UberAir, il nuovo progetto che mira ad offrire un servizio di trasporto urbano non più su ruote, ma... con le ali. Sì, perché UberAir prevede la realizzazione di una rete di piccoli velivoli elettrici, operativi in numerose città nel mondo, in grado di ospitare fino a 4 persone per condividere spostamenti aerei in aree urbane fortemente abitate. Questi velivoli sono dotati di atterraggio verticale e sono molto più silenziosi, eco-compatibili, sicuri ed economici di un elicottero. Nel 2020 (tra nemmeno tre anni) Uber punta a realizzare le prime corse: una sorta di taxi aereo, da sfruttare per piccoli e medi spostamenti.

## **Utilizzo dei dati, tra obblighi e necessità di protezione**

Le informazioni sono una risorsa preziosa per le aziende, sono fonte di valore economico e costituiscono un patrimonio importante che deve essere ben utilizzato per generare vantaggi competitivi. La rapida evoluzione tecnologica e la globalizzazione hanno trasformato il business e le relazioni sociali. Le informazioni, i dati, sono il business stesso da gestire e proteggere.

Lo scenario odierno mostra che le aziende hanno perso il controllo dei propri dati e non sono in grado di rispondere nemmeno ad alcune domande fondamentali: quali sono le reali informazioni da proteggere, dove risiedono, dove sono salvate e chi ha le corrette autorizzazioni all'accesso. Perdere la governance dei dati significa essere esposti a forti rischi: come si evince dal rapporto Clusit 2017 la "guerra delle informazioni" è cresciuta del 117% nell'ultimo anno (ed i tassi di crescita registrano progressioni geometriche); il Cybercrime - ovvero i reati compiuti con l'obiettivo di estorcere denaro alle vittime, o di sottrarre informazioni per ricavarne denaro - è la causa del 72% degli attacchi verificatisi durante l'anno 2016 a livello globale e non sta risparmiando nessun settore merceologico: ogni azienda costituisce di per sé un obiettivo per l'industria del crimine. A ciò occorre aggiungere che la prima causa di sottrazione delle informazioni aziendali nonché di "cattivo" utilizzo delle stesse continua essere di gran lunga il personale interno all'azienda stessa. Il nuovo Regolamento Europeo introduce un sostanziale ammodernamento nelle modalità di affrontare il problema nelle nostre aziende, e se ben applicato, è in grado di riportare la sicurezza dei dati al livello desiderato attraverso la governance dei rischi ed una fattiva distribuzione delle responsabilità, permettendo alle organizzazioni di spingere al massimo la leva della disponibilità delle informazioni, che costituisce il vero driver strategico. La cosiddetta "privacy" da mero obbligo normativo compie la sua trasformazione e diventa definitivamente un modello applicativo per la protezione dei dati, incentrato sulla autovalutazione dei rischi. Ciò risulta essere un'opportunità per le aziende che, grazie all'assegnazione delle responsabilità, alla creazione di procedure specifiche ed alle mappatura della propria organizzazione può creare consapevolezza nei propri addetti ed essere in grado di mettere in pratica un sistema di protezione delle informazioni attuando anche gli opportuni controlli.

Rispettare la compliance normativa e dimostrare capacità rispetto al corretto governo delle informazioni sta rapidamente diventando un indicatore di solidità dell'azienda, premiato dal mercato e apprezzato dalla filiera. Un indicatore quindi di buona reputazione oltre che metodo indispensabile per utilizzare al meglio le informazioni minimizzando i rischi.

Un altro importante fattore da considerare è l'integrazione dei sistemi in azienda: d.lgs 231/01, ISO 9001:2015, ISO 14001, OHSAS 18001 e via dicendo hanno una necessità trasversale di dimostrare la corretta gestione dei dati in azienda e possono quindi appoggiarsi sul modello proposto dal GDPR 2016/679, creando sinergia e risparmio anche nelle stesse attività di consulenza. Occorre quindi scegliere un approccio multidisciplinare, con specifiche competenze normative, tecnologiche e di organizzazione aziendale per ottimizzare l'investimento nella creazione di un efficace modello di protezione delle informazioni che dia il giusto peso agli obblighi

di legge permettendo al contempo all'azienda la massima elasticità nell'utilizzo delle informazioni di business.