

## **MOBILE VAS: LA RIVOLUZIONE È IN ATTO?**

Il 10 novembre l'Osservatorio permanente della Scuola di Ingegneria gestionale del Politecnico di Milano presenterà i risultati della ricerca che ha analizzato l'offerta di oltre 350 fornitori, ha valutato circa 3600 servizi con interviste dirette a oltre 60 tra le principali realtà italiane operanti in questo ambito.

I risultati della ricerca saranno presentati nel corso del convegno "Mobile Vas: la rivoluzione è ormai in atto" focalizzato sui servizi a valore aggiunto sul cellulare (Mobile Vas) con l'obiettivo di analizzare i principali fenomeni di trasformazione in atto, leggendoli con riferimento alla situazione degli anni precedenti e di delineare alcune possibili direzioni di sviluppo.

Alla presentazione dei risultati della Ricerca seguirà una tavola rotonda cui parteciperanno qualificati rappresentanti di telefonia mobile, di alcune significative media company e di alcuni Wasp leader nel mercato italiano.

L'Osservatorio permanente sui Mobile Vas in Italia intende rappresentare un punto privilegiato di monitoraggio della loro evoluzione, più precisamente si pone un triplice obiettivo: censire annualmente l'offerta complessiva di Vas innovativi e analizzarne criticamente l'evoluzione nel tempo: monitorare la crescita anche quantitativa di questo fenomeno, stimando la dimensione del mercato e dei suoi differenti segmenti principali; comprendere l'evoluzione della struttura della filiera e delle strategie dei diversi attori che la compongono (Carrier, Wasp e Content Provider).

Per informazioni: tel. 02 2399.2233 – e mail: [aip@polimi.it](mailto:aip@polimi.it)

## CRM NEL SETTORE PUBBLICO? SÌ, GRAZIE

Ascoltare i cittadini e rispondere con puntualità alle loro domande può rappresentare il motore del rilancio e del rinnovamento per le pubbliche amministrazioni. Le strategie e i metodi per raggiungere questo obiettivo, con vari strumenti e servizi come l'attivazione, già avvenuta nel Comune di Firenze, di un call center con numero verde e di un servizio di Sms sulle emergenze del traffico, vanno sotto il nome di Citizen relationship management.

A queste strategie di innovazione è stato dedicato il convegno, tenutosi lo scorso ottobre a Firenze, organizzato dal Customer Management Forum di Irso - Butera e Partners ([www.customermanagementforum.it](http://www.customermanagementforum.it)) in collaborazione con il Comune di Firenze.

Nell'ambito dei lavori sono state illustrate alcune esperienze di progetti di e-Government a cominciare da quelli del Comune di Firenze a quelli dei Comuni di Modena e Prato, del consiglio regionale dell'Umbria e del programma Cantieri del dipartimento per la Funzione pubblica.

Quale significato può assumere il CRM nel settore pubblico? Quali sono le differenze e le analogie nel concetto di CRM tra il settore pubblico, dove la C iniziale è riferita al cliente-cittadino (citizen), ed il settore privato, dove la stessa C è riferita al cliente-consumatore (customer)?

Ciò che determina le differenze sostanziali è la finalità istituzionale: l'aumento dei profitti in ambito privato, una migliore presa in carico e tutela dei bisogni della comunità in ambito pubblico. Non sempre l'esigenza di aumento del valore per il destinatario del servizio pubblico può essere perseguita attraverso una fidelizzazione dei clienti già esistenti o l'acquisizione di nuovi; per il cittadino appare infatti più rilevante il grado di appropriatezza e di qualità delle prestazioni, da un lato, e il grado di coinvolgimento e partecipazione dall'altro. Non sempre, come ad esempio nel caso dei servizi socio-assistenziali, sanitari o educativi, il cittadino è un semplice utente di servizi; in realtà è più un portatore di interessi e titolare di diritti nei confronti della Pubblica Amministrazione, diritti da tutelare attraverso adeguate capacità di offerta di livelli di servizio. Fare Citizen Relationship Management vuol dire quindi favorire l'aumento di quantità, qualità e personalizzazione dei servizi, attraverso un coinvolgimento attivo dei cittadini e lo sviluppo del sistema di relazioni con il territorio. Anche se ci sono differenze tra CRM nel pubblico e nel privato, il cittadino rimane pur sempre un cliente del servizio pubblico, il destinatario, il punto di partenza e di arrivo della progettazione e gestione del servizio. Entrambi (il citizen e il customer) appaiono quindi accomunati da un focus sulla relazione di servizio, in un'ottica di miglioramento e personalizzazione e soddisfazione delle aspettative.

Proprio in virtù della centralità del cliente che accomuna il CRM in ambito pubblico e privato, è preferibile parlare prevalentemente di cliente, e non di utente, che sembra rispondere ad una accezione di destinatario passivo dei servizi, un mero fruitore. La scelta del termine cliente, associata a quella di cittadino, valorizza la potenzialità di un maggiore coinvolgimento e di una maggiore partecipazione del destinatario nei processi di servizio erogati dalle amministrazioni pubbliche.

Le strategie e i metodi per raggiungere questo obiettivo, con vari strumenti e servizi come l'attivazione, già avvenuta nel Comune di Firenze, di un call center con numero verde e di un servizio di Sms sulle emergenze del traffico, vanno sotto il nome di Citizen relationship management. La condizione necessaria è che le strategie di CRM divengano una cultura e un approccio integrato. Per riuscirci è cruciale capire su quali leve giocare (dove, come e perché investire).

## E-MAIL NON DESIDERATE? UNO STUDIO EUROPEO

The Institute for Information Law ([www.ivir.nl](http://www.ivir.nl)) dell'Università di Amsterdam ha avviato uno studio a livello europeo per fornire un'analisi approfondita delle iniziative UE relative alla regolamentazione delle e-mail commerciali non desiderate. Questo studio è focalizzato principalmente sulla nuova legge Electronic Communications and Privacy, conosciuta come Direttiva 2002/58/EC, che è stata recepita dall'1 novembre da tutti gli Stati membri dell'UE.

Lo studio, commissionato da Sybari Software, ha lo scopo di presentare una rapida ma approfondita valutazione delle recenti iniziative legislative che si occupano di e-mail commerciali non desiderate all'interno dell'Unione Europea.

IViR analizzerà concretamente l'esatto significato, l'interpretazione legale e l'applicazione della nuova legge sulla base della Direttiva sulla Privacy e le Comunicazioni Elettroniche. Lo studio offrirà inoltre una chiave di lettura ed una valutazione dei meccanismi di applicazione in tutta l'Unione Europea. Tra gli obiettivi principali dello studio si aggiungono le possibili tematiche di responsabilità che emergono dalle norme contenute nella Direttiva.

«La regolamentazione dello Spam – ha spiegato Lodewijk Asscher, senior researcher IviR - è un problema oggi molto sentito. La nuova direttiva UE pone moltissimi problemi di carattere legale e noi abbiamo trovato alcuni interessanti punti di contatto tra legge classica sulle telecomunicazioni, legge sulla privacy, legge sugli illeciti civili e legge sullo Spam. Capire queste nuove norme significa avere una prima impressione del futuro della legge e della tecnologia».

Poiché l'Unione Europea sta discutendo da molti anni sul metodo migliore per proteggere i cittadini dalle e-mail commerciali non desiderate, il 30 maggio 2002 il Parlamento Europeo ha approvato la bozza finale della soluzione opt-in della Direttiva sulle Comunicazioni Elettroniche, includendo importanti implicazioni in relazione alla conservazione di data traffic, cookies e Spam.

La nuova direttiva mette al bando l'uso delle e-mail Spam per scopi di direct marketing individuale, ad eccezione che:

- il ricevente abbia dato il suo preventivo consenso o abbia scelto di ricevere l'e-mail;
- il ricevente sia già cliente del mittente, e gli venga data l'opportunità di scegliere di non ricevere e-mail di marketing nel momento in cui la loro richiesta di contatto è inizialmente collegata con l'acquisto di un prodotto o un servizio, ed ogni eventuale messaggio successivo.

Si discute molto se il Regolamento Europeo da solo sia in grado di proteggere i cittadini dell'Unione dallo Spam proveniente da Paesi fuori dall'UE. In tanti ritengono che una regolamentazione europea dello Spam fornirà a ciascuna parte una maggiore certezza legale e che, insieme con i futuri sviluppi in ambito tecnologico, questa legge potrebbe offrire agli utenti finali e alle aziende una soluzione più solida nella loro battaglia contro lo Spam. Questa è la ragione principale per cui Sybari Software ha scelto di commissionare questo studio a IViR, in quanto è convinta che la tecnologia, insieme con la nuova legge, sia essenziale per il mantenimento della privacy dell'individuo.

Lo Spam risulta essere molto costoso e ora anche veicolo di malicious code e di preoccupazioni che riguardano la privacy. Si sta evolvendo ad un tasso elevatissimo e può essere, nel migliore dei casi, considerato una seccatura per i singoli utenti e per le società di tutta Europa. I rischi potenziali a livello di sicurezza, ed ora, grazie alla Direttiva 58, anche a livello di responsabilità stanno mettendo concretamente in crisi la posta elettronica come mezzo predominante di comunicazione commerciale. Le conseguenze nel lungo periodo della nuova legge sulla Privacy e sulla Comunicazione Elettronica intensificheranno costantemente questa situazione, richiedendo a società

come Sybari di istruire gli utenti finali e gli operatori dei grandi network su rischi e conseguenze.

The Institute for Information Law (IViR) è parte della Facoltà di Giurisprudenza dell'Università di Amsterdam, ed è la struttura di ricerca più grande in Europa nel campo della Information Law. L'Istituto impiega più di 25 ricercatori qualificati che studiano attivamente e riferiscono su una ampio numero di argomenti nel campo della Information Law.

Nata nel 1995, Sybari fornisce soluzioni innovative che proteggono da virus e da minacce alla sicurezza gli ambienti di lavoro di gruppo e la messaggistica principale.

## PROCESSI DI IT SERVICE MANAGEMENT: A CHE PUNTO SONO?

Le aziende con strategie di service management basate sulle linee-guida universalmente accettate dell' IT Infrastructure Library (ITIL) sono maggiormente predisposte al raggiungimento dei propri obiettivi di business, come rivelano gli ultimi risultati della ricerca "Rapid Service Management Value Assessments (RSMVA)" condotta da META Group e HP ([www.hp.com](http://www.hp.com)). Obiettivo dello studio, misurare il grado di maturità dei processi di IT Service Management per aiutare le imprese a comprendere quanto l'infrastruttura IT sia allineata agli obiettivi di business. Ventidue aziende internazionali tra i 500 e gli oltre 10.000 dipendenti hanno partecipato alla prima fase delle valutazioni condotte congiuntamente da META Group e HP.

«Oggi, le organizzazioni IT subiscono una fortissima pressione alla riduzione e al controllo dei costi – ha spiegato Lutz Peichert, director consultant di META Group, Germania - Tra le società analizzate, ci sono significative aree di miglioramento: abbiamo calcolato un potenziale medio di risparmio sui costi del 20-30 per cento per processo. La ricerca RSMVA offre quindi un buon punto di partenza per aiutare le imprese a sviluppare una chiara roadmap verso l'utilizzo del pieno potenziale del service management».

La grande maggioranza delle aziende (83 per cento) è risultata essere più evoluta nelle aree dell'incident management (punteggio medio 2,9 – nota 1) e del service desk (punteggio medio 3,3). L'unico processo ad essere implementato in modo consistente in tutte le realtà esaminate è il service desk. Molte aziende hanno ottenuto un punteggio basso in aree quali il problem management (il 68 per cento ha raggiunto un punteggio pari o inferiore a 2), il configuration management (il 63 per cento con il punteggio pari o inferiore a 2), e il service level management (il 45 per cento con un punteggio pari o inferiore a 2). Complessivamente, le aziende hanno mostrato maggiore esperienza nei processi di supporto "reattivi", che sono tipicamente i primi a essere implementati.

Le rilevazioni hanno mostrato una chiara correlazione tra l'evoluzione dei processi di service management e l'implementazione efficace degli standard ITIL. Tra le aziende analizzate, la maturità dei processi è risultata due volte maggiore per le realtà che hanno sviluppato un modello coerente dei processi rispetto a quelle che non lo hanno fatto. I risultati evidenziano come l'82 per cento delle aziende che hanno ottenuto punteggi superiori alla media si sono uniformate alle linee guida ITIL, con l'Europa ben davanti rispetto agli Stati Uniti nell'adozione degli standard ITIL.

Altri risultati significativi riguardano le tre principali esigenze del business in base alle quali le imprese stanno implementando processi di service management basati su ITIL. L'ottimizzazione dei costi è tra le tre principali priorità per il 67 per cento delle realtà analizzate. Il miglioramento della qualità dei servizi viene citato dal 61 per cento come una delle tre principali criticità, mentre l'ottimizzazione delle relazioni di business completa la lista delle priorità strategiche, con il 33 per cento.

Secondo META Group, meno del 25 per cento delle aziende sta implementando processi di IT service management e solo il 5 per cento di queste ha raggiunto un livello di credibilità tale per cui la gestione dei servizi viene considerata un patrimonio strategico per l'azienda.

I Rapid Service Management Value Assesments mettono a disposizione dei clienti un metodo veloce per valutare le loro attuali strategie di service management e per comprendere in che modo ottimizzare le infrastrutture IT a vantaggio del business, seguiti dai consigli di esperti. Le aziende coinvolte sono state esaminate per un periodo compreso tra le due settimane e i due mesi, con l'obiettivo di definire dove potessero essere implementati i miglioramenti più significativi, sia nel breve che nel lungo periodo.

Le linee guida ITIL sono state sviluppate dal Governo del Regno Unito nel 1989 per gestire al meglio la fornitura di servizi ai clienti IT. HP, attiva nello sviluppo di questo standard, è stata tra le prime grandi aziende ad adottare ITIL. Oltre alla suite OpenView, basata su ITIL, HP mette a disposizione delle aziende una vasta gamma di servizi che comprendono consulenza, implementazione, formazione e supporto. HP è tra i più grandi utilizzatori di ITIL, sia per la propria infrastruttura IT sia per i clienti cui offre servizi in outsourcing.

HP ha collaborato con META Group per misurare l'utilizzo dell'ITIL come standard accettato per la progettazione e l'implementazione dell'IT Service Management. I Rapid Service Management Value Assessments utilizzano una metodologia sviluppata congiuntamente da HP e META Group, finalizzata ad analizzare il valore che l'IT assicura a una singola organizzazione attraverso la gestione dei servizi.

Gli indicatori chiave delle performance, utilizzati nelle valutazioni in accordo con le linee guida dell'ITIL, includono:

- presenza e rafforzamento di un modello di processo predefinito;
- livello dei supporti organizzativi per le iniziative di gestione dei servizi IT;
- politiche di misurazione e valutazione per un'efficiente fornitura del servizio;
- livello di integrazione tra i processi;
- grado di automazione dei processi e utilizzo degli strumenti IT;
- competitività delle strutture di costi IT.

**Nota 1** - I punteggi si basano su una scala da 1 a 5, in cui 5 rappresenta il massimo livello di maturità dell'implementazione del servizio.

## I FALSI MITI DI LINUX

Federica Troni, analista di gartner Group, ne ha denunciati otto al SystemBuilder Summit 2003 di Barcellona, eccoli:

- Linux è meno caro di Windows perchè StarOffice può sostituire MS Office
- Linux è gratis
- Linux non costringe gli utenti agli upgrade
- Linux richiede minor lavoro di manutenzione
- Linux ha un minor costo totale grazie agli strumenti disponibili
- Linux permette un utilizzo dell'hardware più lungo nel tempo e funziona su vecchi computer
- Le applicazioni Linux sono poco dispendiose se non gratuite
- Con Linux le conoscenze sono trasferibili

Secondo Federica Troni Linux non è gratuito, StarOffice non è in grado di sostituire MS Office e soprattutto, le applicazioni non sono meno costose per le aziende in quanto richiedono un maggior tempo di apprendimento da parte degli utenti. Insomma, secondo l'analista, Linux si regge su alcuni "falsi miti".

Le affermazioni di Federica Troni si basano sui dati raccolti ascoltando 2500 utenti occupati al computer nei vari settori (studio, lavoro, intrattenimento).

L'analista ha supportato le proprie affermazioni con esempi concreti: se l'uso di Windows XP implica una spesa globale per l'utente attorno ai 5319 dollari, Linux raggiunge una cifra pari a 5481 dollari. Le spese necessarie ad avviare un lavoratore a utilizzare Linux sarebbero elevatissime pari a circa 6962 dollari così suddivise: 6310 dollari in costi diretti e 652 dollari di indiretti.

Numeri e analisi hanno portato alla bocciatura di Linux nel mondo desktop.

## **SICUREZZA INFORMATICA? NASCE ASSOSECURITY**

L'Associazione per la sicurezza informatica e telematica ([www.assosecurity.it](http://www.assosecurity.it)) è nata per promuovere a livello nazionale la cultura della sicurezza informatica e telematica nel

mondo della Pubblica Amministrazione e delle imprese.

Promossa dal Politecnico di Torino, dall'Università degli Studi di Torino, dal CSI-Piemonte, dal CSP, dall'Istituto Superiore Mario Boella e dall'Istituto di Informatica e Telematica del CNR di Pisa, Assosecurity intende diventare un punto di riferimento "super partes" e qualificato nel campo della sicurezza, con un occhio di riguardo alle soluzioni ICT che utilizzano software libero.

Fra gli altri compiti dell'Associazione, infatti, figura proprio la promozione di architetture e di piattaforme tecnologiche che utilizzino standard aperti e interoperabili, per diffondere la cultura dell'open source e per facilitare lo scambio di conoscenze nel mondo scientifico.

Due le attività previste per il 2003: alla fine di ottobre la Scuola di Formazione rivolta ai referenti della sicurezza aziendale, con particolare attenzione per i responsabili del trattamento dei dati personali in Enti locali e imprese (secondo quanto previsto dalla Legge 675/96); entro fine anno un Rapporto annuale sulla sicurezza, incentrato sullo stato dell'arte della sicurezza informatica. La pubblicazione analizzerà in particolare le tendenze del mercato della sicurezza ICT e i fatti significativi che l'hanno condizionato, con approfondimenti monotematici sulla sicurezza delle reti wireless e sull'identità digitale.

## **E' NATA WISPITALIA**

L'Associazione, voluta da Megabeam, Nocable e Freestation, raggruppa i Wireless Internet Service Provider italiani.

WispItalia ([www.wispitalia.it](http://www.wispitalia.it)) promuoverà il mercato Wi-Fi in Italia e non solo, proponendosi come interlocutore verso le istituzioni con l'obiettivo di evidenziare le esigenze di un settore, il Wi-Fi, in forte crescita ed ancora molto giovane.

«Il mercato Wi-Fi – ha affermato Marco Caldarazzo, amministratore delegato Nocable - continua ad essere sempre più vivo ed innovativo. Ma è anche estremamente nuovo ed in continua evoluzione. Perché si sviluppi nella maniera migliore è quindi importante porre le giuste basi fin dal principio».

«Per questo – ha aggiunto Davide Rota, amministratore delegato di Megabeam Italia - è importante che tutti gli operatori del mercato lavorino insieme per definire degli standard comuni nei servizi verso gli utenti e verso gli altri operatori, italiani ed esteri».

"Questa nuova associazione – ha sottolineato Maurizio Orlando, amministratore delegato di Freestation- sarà il punto di riferimento per tutti gli operatori Wi-Fi e non, e per chiunque voglia attingere 'know-how' sul mercato Italiano, lo stesso che ad oggi riconosce le nostre società come leader indiscusse".

Da qui l'idea di un'associazione che abbia anche l'obiettivo di incentivare e promuovere accordi di roaming nazionali ed internazionali con gli altri operatori, al fine di consentire un'offerta sempre più vasta di hotspot dai quali gli utenti potranno accedere ai servizi Wi-Fi.

## **BANDA LARGA E FINANZA: UNA SINERGIA FUNZIONALE**

Due ricerche sull'utilizzo della tecnologia a banda larga rispettivamente di Nielsen/NetRatings e di Fineco Bank ([www.fineco.it](http://www.fineco.it)) rilevano un'interessante evoluzione dell'utilizzo dei servizi Internet con questa tecnologia.

Dallo studio DigitalFinance di Nielsen/Netratings ([www.nielsen-netratings.com](http://www.nielsen-netratings.com)) e CommStrategy ([www.commstrategy.com](http://www.commstrategy.com)) emerge che nel luglio 2003 gli utenti che si sono connessi in rete dalle proprie abitazioni con questa tecnologia sono stati 2,4 milioni, con un tasso di crescita molto elevato nell'ultimo anno (+149% rispetto a luglio 2002). Chi naviga oggi con connessione Broad Band rappresenta circa il 22% di tutti i navigatori italiani che si connettono da casa. Una percentuale che corrisponde al 44% di tutte le pagine Web generate in Italia.

Per quanto riguarda l'utilizzo del Broad Band in ambito finanziario, la ricerca rileva che l'utente a banda larga utilizza in modo significativo i servizi finanziari online e tra questi sembra prediligere gli operatori più innovativi piuttosto che gli Istituti di Credito tradizionali. Infatti, nel trimestre maggio – luglio 2003, Fineco Bank è la prima banca per numero di visitatori a banda larga (144 mila utenti che rappresentano il 29% dell'audience complessiva del dominio).

Fineco Bank è anche la prima banca per minuti di permanenza e numero di visite sul sito. Ciò è dovuto sia alle ampie funzionalità del sito e alla completezza dei servizi che al profilo dei clienti.

«La navigazione a banda larga – spiega Alessandra Gaudino, Senior Analyst Nielsen/NetRatings - non solo offre un'esperienza più gratificante della rete, ma ne stimola notevolmente l'utilizzo. Il navigatore ad alta velocità frequenta con assiduità tutto il mondo del downloading, i siti di file sharing, ma è anche un utilizzatore evoluto di Internet di cui sfrutta la componente funzionale e di servizio, oltre a quella di entertainment».

Dallo studio di Fineco Bank emerge che l'utilizzo della tecnologia a banda larga è molto diffusa tra i trader più attivi, che hanno l'esigenza di operare in modo più rapido e veloce. Il 35% dei trader attivi e il 65% degli heavy trader di Fineco utilizzano la tecnologia Broad Band.

La ricerca DigitalFinance sottolinea come nel mese di luglio, il navigatore a banda stretta ha effettuato 9 sessioni ed è stato online 4 ore e 9 minuti nell'intero mese. L'utente a banda larga, invece, ha effettuato 21 sessioni ed è stato online quasi 12 ore. Questo dato conferma che è proprio l'elevato consumo la caratteristica peculiare di questo utente.

La ricerca rileva, inoltre, che l'utente a banda larga dimostra una forte propensione all'e-commerce (nel trimestre maggio – luglio 2003 il 45% dei visitatori di amazon.com è connesso a banda larga) e al mondo dei viaggi. Utilizza i siti delle carte di credito per verificare l'estratto conto (il 48% di tutti i visitatori alle aree riservate dei siti delle carte è Broad Band), effettua pagamenti online di bollettini, utenze, tributi, si collega ai siti della Pubblica Amministrazione (Ministero dell'Istruzione, Agenzia delle Entrate).

Fineco Bank, società controllata da FinecoGroup – Gruppo Capitalia, annovera in Italia 392mila clienti e primeggia nel trading on line in Europa per numero di ordini di Borsa eseguiti.

Nielsen/NetRatings è lo standard globale nelle ricerche di mercato sull'audience di Internet, fornisce informazioni ed analisi aggiornate, accurate ed esaustive per aiutare i clienti a comprendere i comportamenti dei consumatori e i trend del Web, così come l'efficacia dell'advertising online e delle preferenze di marca.

CommStrategy è una società specializzata nella analisi dei comportamenti dei consumatori sui media digitali. Realizza studi ad hoc su tematiche di business creation

e development, con un approccio multidisciplinare e competenze verticali nei settori Finance, Media, Telco.

**Paola Spolini** - Ufficio Stampa Fineco – The New Bank  
p.spolini@fineco.it Tel. 02 – 28872256 - cell. 335 – 7722407