

e-KONomy

RACCONTARE L'IMPRESA PER CRESCERE



*LIFEBRAIN,
il network di laboratori n.1 in Italia*

[Pagina 6](#)

TechVoices

COVID-19: le 7 tecnologie a supporto delle aziende

[Pagina 16](#)

move.ON

ItalyWow, Travel Experience

[Pagina 11](#)

Editoriale

L'amore che ogni uomo e ogni donna coltivano in sé

[pagina 2](#)

Eccellenze d'Italia

Turismo: Touring Club Italiano

[Pagina 21](#)

REDAZIONE

Via Masaccio, 191
50132 Firenze
Tel. 055 5535405
Fax. 055 4089908
info@kon.eu

I dati relativi ai destinatari della Newsletter vengono utilizzati esclusivamente per l'invio della pubblicazione e non vengono ceduti a terzi per nessun motivo. Resta ferma la possibilità per l'interessato di esercitare i diritti di cui all'articolo 13 della legge 675/96.



 @kongroup

 [linkedin.com/company/kon-spa](https://www.linkedin.com/company/kon-spa)

 www.kon.eu
www.lamerchant.it

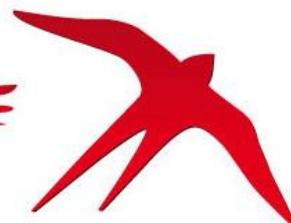
Editoriale_

L'amore che ogni uomo e ogni donna coltivano in sé

di Vezio Manneschi



RONDINE



Sono con una persona amica, che stimo molto, Franco Vaccari. Aretino, psicologo ed accademico italiano. Fin dalla gioventù ha indirizzato il proprio interesse al mondo dell'associazionismo, soprattutto di matrice cattolica, al dialogo ecumenico e interreligioso tanto da ricoprirci un ruolo di primo piano come formatore. È fondatore e presidente di Rondine Cittadella della Pace, organizzazione internazionale che si impegna per la riduzione dei conflitti armati nel mondo e la diffusione della propria metodologia per la trasformazione creativa del conflitto in ogni contesto. È inoltre autore di pubblicazioni divulgative e scientifiche ed editorialista.

Franco, innanzitutto grazie per il tuo tempo, siamo in un momento complicato che sta portando via migliaia di persone e segnerà le vite di milioni di italiani. Cosa ci puoi dire dal tuo angolo di osservazione?

Stiamo tutti seguendo l'abnegazione senza limiti e riserve del personale negli ospedali italiani, più di tutto gli operatori che, fuori dagli ospedali, nelle strade e nei luoghi sensibili più diversi consentono questo esercizio straordinario di cura... di prossimità, proprio nel momento in cui dobbiamo tenerci lontani come paradossale gesto di carità! In questo digiuno impensato delle assemblee eucaristiche festose, del consueto nutrimento per l'anima, la coscienza, compressa e sofferente, ripensa e attinge alle proprie forze primordiali.

Quindi?

L'impossibilità dei gesti tradizionali produce nuove attenzioni, apre nuove possibilità e l'amore che ogni uomo e ogni donna coltivano in sé trova nuove forme, nuove strade, come l'acqua che sempre trova la sua strada. Non è facile, però, non

è scontato; in questo tempo di quaresima siamo chiamati più che mai a riflettere che la via verso la Pasqua è lunga e piena di tentazioni che insidiano le nostre fragilità. Restare a casa, imperativo della carità sociale, non è immediatamente bello.

Ritieni che si possa vedere compromessa la stabilità sociale delle nostre comunità?

È faticoso, difficile, è fonte di stress, specie per quelle situazioni – e non sono poche – che già prima di questa crisi sopportavano i pesi della ristrettezza abitativa, di conflittualità più o meno accentuate, della incertezza economica, della malattia, delle varie forme di disabilità. Eppure, ascoltando e vedendo, pur in questo dramma lungo, condiviso e senza distinzioni sociali, ricondotti alla nostra umanità nuda è come se spuntassero un po' ovunque segni di amore, senza rumore ed etichette, oltre le appartenenze.

Mi sembra di aver letto negli editoriali di questi giorni che addirittura la Chiesa "balbetti" in questo momento. Cosa ne pensi?

Mi sembra di vedere un po' tutte le figure

del Vangelo, animate dalla medesima multiforme carità. Quanti samaritani, quante donne fenice! Quanti cirenei! Quante Marte al lavoro senza orario e quante Marie in adorazione perpetua, quanti Giuseppe di Arimatea che prendono i corpi oramai esanimi dei nostri defunti e li portano a inumazione o cremazione, con pietà umana e cristiana, magari benedicendo silenziosamente, in attesa delle esequie di popolo, quando sarà possibile manifestare nuovamente la forza e la consolazione di tutto il popolo di Dio riunito... ognuno al proprio compito, al massimo!

Credi quindi che la fede sia comunque un porto sicuro?

Ho scambiato telefonate con famiglie amiche e di varie parti d'Italia, che mi hanno raccontato sofferenza e speranza, insieme a quella "creatività" che papa Francesco ha incoraggiato qualche giorno fa durante una delle sue Messe mattutine nella cappella di Santa Marta: davvero la Grazia del Signore è sorgente inesauribile di azioni! Perché la famiglia cristiana è fondata sul Sacramento del

Matrimonio, cioè sulla presenza di Cristo, di tutto il Cristo e dunque della Santissima Trinità. La coppia e la famiglia cristiana sono una chiesa domestica (Lumen gentium, 11 e 35), cioè "comunità salvata e che salva; essa infatti, in quanto tale, non solo riceve l'amore di Gesù Cristo che salva, ma lo annuncia e lo comunica vicendevolmente agli altri" (Evangelizzazione e sacramento del matrimonio, 1975).

Alla fine la famiglia ricopre tutti i ruoli possibili della comunità: economico, sociale, religioso ecc. ecc?

"Nel nostro tempo, così duro per molti, quale grazia essere accolti in questa piccola Chiesa!": attuali le parole di San Giovanni Crisostomo. Quindi è ricca di doni e di ministeri particolari, di risorse, di resilienza diremmo. Scrivevano ancora i vescovi italiani "È anche un dono particolarmente prezioso e urgente per le attuali situazioni sociali" (ib. n.103). Giova infatti ricordare che il sacramento del matrimonio è un sacramento sociale, perché, insieme al sacramento dell'Ordine "ha una diretta finalità di

di costruzione e di dilatazione del popolo di Dio” (ib. n.32).

Per te potremmo farcela, ma solo cambiando registro ed attingendo alle forze primordiali come accennavi all’inizio?

Ecco, abbiamo questa ricchezza, questa grazia, che oggi più che mai dobbiamo riconsiderare. Il sacramento del Matrimonio, in questa condizione, può farci capire nel profondo – scoprire? - che non siamo isolati, che possiamo attingere acqua viva in noi, nella condizione ordinaria del nostro vivere, in un Cristo realmente presente e vivificante in ogni coppia di sposi, in ogni famiglia che da quella coppia è nata e cresciuta. Focalizziamo l’attenzione non su ciò che non possiamo avere oggi, ma ciò che ci è dato sempre, riscopriamo questo “apostolato insostituibile”, come ricordò San Paolo VI nell’Allocuzione alle "Équipes Notre-Dame", nel 1970!

Due parole a conclusione della nostra chiacchierata?

Un suggerimento agli sposi: perché queste parole non suonino retorica ma diventino concrete potrebbe essere un gesto bello, possibile, quello di andare a rileggersi il Vangelo di quel lontano giorno di nozze, il giorno in cui fu detto un sì di amore per sempre. Potrebbe essere un piccolo passo, semplice e forse foriero di sorprese, magari capace di far zampillare nuovamente acqua fresca cui dissetarsi e dissetare tutta la famiglia.

Grazie Franco, insieme a me il Team di Kon ti augura ogni bene per le tue azioni.



LIFEBRAIN

Il network di laboratori n.1 in Italia

Capillare, innovativo e incentrato sul paziente: è il servizio di Medicina di Laboratorio del Gruppo Lifebrain, il più grande network di laboratori d'analisi cliniche in Italia con oltre 300 Centri in 16 regioni e 6 milioni di pazienti all'anno.

Fin dalla sua nascita nel 2013 Lifebrain ha saputo cogliere e gestire i profondi mutamenti che emergevano nel campo della Medicina di Laboratorio adottando il modello di business Hub&Spoke che risponde ad un'esigenza fondamentale: soddisfare tutti i bisogni sociali di salute attraverso la presenza capillare nel territorio e, allo stesso tempo, garantire efficienza e altissimi standard di qualità con la centralizzazione dei servizi. Da questo punto di vista si può senz'altro dire che Lifebrain ha anticipato una riorganizzazione dei laboratori di analisi

cliniche che si è poi concretizzata in molte regioni italiane.

Tutto questo ha consentito di costruire un servizio intorno al paziente, di integrare in modo adeguato discipline e servizi, e di rispondere efficacemente ed in tempi brevissimi a nuove sfide come quella rappresentata dall'attuale emergenza sanitaria da Covid-19.

Riportiamo l'intervista al CFO del Gruppo, Gianfrancesco Briulotta.

Gianfrancesco Briulotta, CFO



Come nasce Lifebrain? Strategia, mission e vision aziendali

Lifebrain è un Gruppo giovane ma che in pochissimo tempo ha raggiunto una presenza altamente significativa nel campo della Medicina di Laboratorio nel nostro Paese. Il Gruppo è entrato nel mercato italiano nel 2014 con l'acquisizione di un numero considerevole di laboratori, dapprima nel Lazio e in Puglia e, successivamente, in altre 14 regioni italiane. Nel giro di pochissimi anni siamo diventati il Gruppo numero uno nel Lazio e nel Veneto, fino ad affermarci oggi come la principale rete di laboratori in Italia. Un traguardo importante è stato senz'altro raggiunto nel 2018 con l'ampliamento dell'offerta dei nostri servizi arricchendola del ramo di analisi ambientali e agroalimentari. E l'anno scorso abbiamo rafforzato la nostra presenza sul territorio nazionale raggiungendo quota 300 Centri, 10.000 clienti tra la Medicina del Lavoro e il Service di Laboratorio, e chiudendo l'anno con un fatturato consolidato



pro-forma di 158 milioni di euro. Ciò è stato possibile grazie a costanti investimenti in tecnologie avanzate, ad elevata processività, formazione del personale e a una logistica capillare perseguendo quella che è da sempre la nostra mission: offrire un servizio di Medicina di Laboratorio di eccellenza sull'intero territorio nazionale e con gli stessi standard di offerta e di qualità grazie alla presenza dei nostri Centri anche in zone geografiche periferiche, che un tempo avrebbero avuto un difficile accesso a prestazioni altamente specialistiche.

Quali sono i centri che ad oggi costituiscono il network nazionale?

La rete di laboratori di analisi cliniche Lifebrain è organizzata in 4 Hub sul territorio nazionale: a Limena, in



provincia di Padova, Rete Diagnostica Italiana è il riferimento per il Nord Italia, in particolare per la genetica e la biologia molecolare; il Laboratorio Analisi Guidonia, anche il primo in assoluto ad essere stato acquisito, è l'Hub del Centro Italia, mentre il Laboratorio Analisi Lamberti in provincia di Salerno e il Laboratorio Analisi Pignatelli a Lecce rappresentano il riferimento per il Sud. A questi afferiscono ben 16 mini-Hub presenti in tutte le regioni fatta eccezione per la Val D'Aosta, il Friuli-Venezia Giulia, il Molise e la Sicilia, e che di fatto sono il punto di riferimento per tantissimi altri Centri dislocati anche in zone periferiche del

territorio. Questo tipo di organizzazione insieme alla completa internalizzazione della logistica ci consente di soddisfare i bisogni di tutti, pazienti e Clienti, praticamente ovunque. Di fatto, Lifebrain è organizzato in modo tale che, ad esempio, i pazienti di Viggiù, in provincia di Varese, possano rivolgersi a un nostro Centro sul territorio per richiedere analisi estremamente complesse, proprio in virtù di una rete strutturale e logistica in grado di rispondere a quel bisogno. Per quanto riguarda il ramo ambientale è stato applicato lo stesso modello di business: 3 Hub presenti in provincia di Treviso, Torino e Salerno per raccogliere su scala nazionale le

esigenze del tessuto imprenditoriale del territorio in tema di analisi chimiche.

Lifebrain e COVID 19: nuovi servizi e tecnologie

Fin dall'inizio della pandemia da Covid-19 abbiamo introdotto diverse iniziative a favore dei nostri stakeholders per fronteggiare l'emergenza sanitaria.

Da sempre Lifebrain supporta il Servizio Sanitario Nazionale e la collettività, ma ancor di più abbiamo voluto essere in prima linea in questo periodo complesso: abbiamo donato 100 mila euro totali suddivisi a favore dell'Istituto L. Spallanzani e del Policlinico Universitario A. Gemelli di Roma per sostenere i reparti maggiormente colpiti dall'emergenza e finanziare la costruzione di nuove unità di cura nonché 50.000 euro per le unità di crisi delle Regioni Piemonte e Veneto dove siamo più presenti nel settore delle analisi chimiche ambientali. Fin da subito, inoltre, abbiamo offerto la nostra expertise in medicina di laboratorio per sostenere ASL e regioni sia nella diagnosi molecolare del Covid-19, in

Gianluca Bragagnolo, biologo molecolare di RDI (team Covid-19)



particolare coinvolgendo l'Hub di Limena, sia nello screening sierologico per verificare, in accordo con le diverse disposizioni regionali, la presenza degli anticorpi anti-Sars-Cov-2. È recente, in tal senso, il coinvolgimento dei Centri Lifebrain Emolab a Monselice e Conselve in provincia di Padova nell'indagine nazionale sierologica Covid-19 promossa dal Ministero della Salute e dall'ISTAT in collaborazione con la Croce Rossa Italiana. Nei nostri Centri si raccoglieranno e testeranno per la presenza degli anticorpi anti-Sars-Cov-2 i campioni da una popolazione selezionata appartenente a

5 comuni della zona.

A tale expertise si affianca anche l'analisi chimica di eventuali presenze del virus sulle superfici offerta appunto dal business di analisi ambientali. Ma non finisce qui. La prevenzione e la tutela della salute sono da sempre al centro della missione del Gruppo: è per questo motivo che abbiamo voluto fortemente supportare le aziende nella fase 2 per ripartire in totale sicurezza. E lo abbiamo fatto sempre mettendo a disposizione l'eccellenza del nostro servizio: grazie alla capillarità della rete Lifebrain abbiamo potuto mettere a disposizione di importanti aziende come Ferrari, Luxottica, Valentino ed altre eccellenze italiane personale dedicato e dislocato in sede, proprio per effettuare i test sierologici ai dipendenti in ingresso.

Progetti per il futuro

La pandemia da Covid-19 ha aperto per tutti una profonda crisi evidenziando la necessità di una maggiore attenzione della futura spesa pubblica verso il comparto sanitario; allo stesso tempo la crisi ha mostrato nuove opportunità di

crescita. Nel caso del nostro Gruppo la pandemia ci ha consentito di offrire un supporto strategico ai Clienti in Service e a quelli di Medicina del Lavoro sul fronte della sorveglianza sanitaria per garantire la sicurezza di tutti i lavoratori. L'emergenza sanitaria da Covid-19 ha anche evidenziato uno slittamento di paradigma nella cura della persona: il medico curante è stato chiamato in questi mesi a presidiare il territorio anche in modalità inedite e non sempre praticabili ovunque, ad esempio a distanza. Contiamo di investire in questa direzione i nostri sforzi, in un'ottica di supporto ai medici di medicina generale, nostri fondamentali interlocutori, nella gestione clinica dei pazienti per offrire una prestazione sanitaria quantomai completa e che possa riconoscere il ruolo fondamentale della medicina di laboratorio nella diagnosi delle patologie.

Per maggiori informazioni:

Sito web: <https://www.lifebrain.it/>

move.ON

Chi, come e-KONomy, vuole occuparsi dell'economia che cresce, non può assolutamente dimenticare l'economia che nasce ovvero l'idea di riporre fiducia nel futuro con la convinzione che è necessario andare avanti in modo proattivo innovando sempre. Così, all'interno di questa apposita rubrica intitolata «move.ON», ci occuperemo di start up ed incubatori e racconteremo storie e personaggi, sogni ed obiettivi, difficoltà e sfide. Tutto ciò è stato reso possibile dalla collaborazione con importanti incubatori ed acceleratori che, appunto, ci aiuteranno nel racconto delle storie aziendali che animeranno la rubrica.

Si ringrazia Stars Up, piattaforma di «equity crowdfunding», per il contributo fornitoci.

ItalyWow, Travel Experience



ItalyWow è una start-up innovativa che ha lanciato una campagna di crowdfunding nel portale StarsUp ed il progetto è stato finanziato con successo. Alla base della start-up, la creazione di un'applicazione altamente tecnologica operante nel settore del Travel Experience, inteso come esperienza di viaggio e non pura e semplice meta turistica. È questo infatti quello che cerca il viaggiatore moderno: desidera viaggi che offrano la possibilità di vivere un'esperienza unica, diversa, irripetibile, mai vissuta prima e sempre meno i viaggi standardizzati e spersonalizzati. Attraverso l'app il

viaggiatore può definire un itinerario ideale a seconda delle proprie preferenze e delle esperienze che vuole vivere in Italia, dal perdersi per le colline toscane in bicicletta, ad un tour per degustare i migliori vini italiani nelle numerose cantine del territorio. Gli algoritmi di ItalyWow "apprenderanno" quello che piace o non piace al viaggiatore e sapranno proporgli sempre l'esperienza più originale ed adatta alle sue esigenze. ItalyWow inoltre riserverà, ai suoi utenti, coupon di sconto, offerte personalizzate e veri e propri regali da poter ricevere comodamente a casa. All'interno dell'applicazione l'utente può scegliere tra sette diverse tipologie di esperienze da vivere in Italia: Fun & Enjoy, Sport & Active, Food & Wine,

move.ON



LUOGHI ED
ESPERIENZE
INDIMENTICABILI



WINE & FOOD



SHOPPING



WEDDING



SPORT & FUN



ARTE & MUSICA



WELLNESS

Unforgettable (musei nazionali, monumenti, luoghi unici, siti patrimonio Unesco), Shopping, Wellness e una sezione speciale dedicata al Wedding. All'interno di ciascuna esperienza potrà selezionare le proposte in base alla sua posizione GPS e ai suoi interessi.

Il fenomeno del «Destination Wedding», ovvero di coppie di stranieri che scelgono l'Italia per il giorno del loro matrimonio, sta diventando una fetta sempre più rilevante del turismo incoming nel nostro Paese, ed al momento non esistono altre applicazioni che propongano esperienze di viaggio per questo target. Al tempo

stesso, con ItalyWow vengono valorizzate le eccellenze del territorio italiano e messe in primo piano nel mercato strategico del «Travel to Italy», con un'attenzione specifica al turista orientale che, secondo i più recenti studi sui flussi turistici, è oggi in grande crescita nel nostro Paese. La mission è quella di offrire in un'unica applicazione, ed in 10 lingue diverse, un pool di servizi ed esperienze di viaggio uniche nel nostro Paese, nonché servizi aggiuntivi fondamentali per il viaggiatore, come il convertitore di valuta, il traduttore simultaneo, il

move.ON

il costruttore di itinerari con orari di treni e metropolitane, recensioni di viaggio, etc.



A quali bisogni risponde l'app ItalyWow?

Da una parte risponde alle esigenze del turista moderno, che è alla ricerca delle esperienze di viaggio più stimolanti ma che non vuole annoiarsi in lunghe e laboriose ricerche sul web. Dall'altra

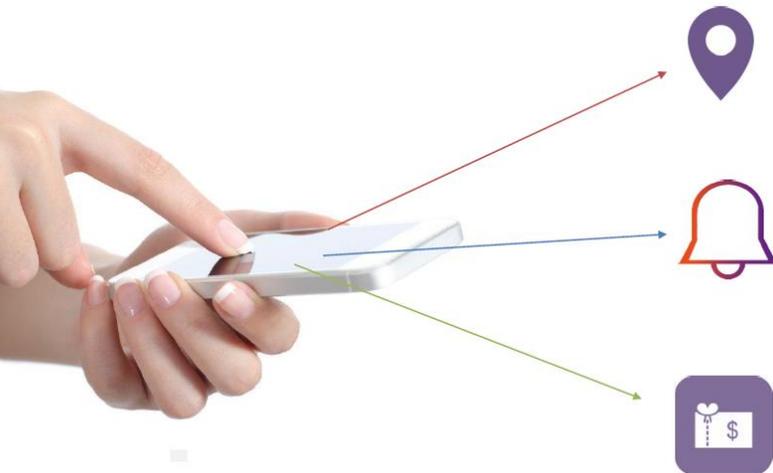
parte risponde alle esigenze degli operatori del settore turistico italiano, soprattutto quelli più piccoli, che vogliono aprirsi ai mercati esteri senza gli ingenti investimenti monetari e di tempo, che richiederebbero l'affrontare il mercato, senza intermediari. Altro punto a favore di ItalyWow è che non sono applicate commissioni, ma solo una fee annuale.

Lo «user target» di ItalyWow vuole trovare soluzioni originali in grado di aggiungere un plus al proprio viaggio: attratto costantemente dalle novità ha poca voglia o tempo di effettuare lunghe ricerche online. In particolare, i Paesi sui quali si focalizza ItalyWow sono Asia, con Cina India in prima posizione, ma anche gli Usa, gli Emirati Arabi, la Russia e l'Europa in generale.

Quali sono i punti di forza di ItalyWow?

Ne distinguiamo essenzialmente 3:

move.ON



i) la «*Unique Login*», identità digitale di ciascun utente, monitorata nelle sue action digitali; ii) *Piattaforma predittiva sviluppata in Power BI* per determinare le performance future dell'Applicazione ed aiutare il management nelle scelte strategiche migliori. Grazie alla PowerBI di Microsoft e al motore di Machine Learning di ItalyWow basato su Tecnologia "R", si potranno visualizzare ed esplorare i risultati predittivi generati dagli algoritmi; iii) *Algoritmo predittivo - Recommendation Engine e Next Best Action (NBA)*,

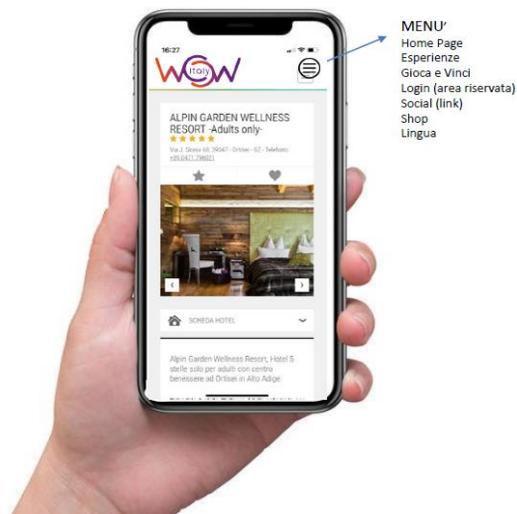
l'applicazione sarà dotata di un "Recommendation Engine" in grado di analizzare migliaia di comportamenti digitali degli utenti e mostrare in tempo reale allo user le esperienze o le strutture/attività raccomandate non solo in base ai propri ultimi percorsi e visualizzazioni, ma anche in base a ciò che stanno visualizzando in quel momento altri utenti, tenendo conto del Paese di provenienza. Il motore riesce a "catturare" anche le interazioni con i social media e le interazioni con il mondo digital (Newsletter, Offerte Digitali e Web Searches) e ad imparare quelle che sono le necessità dell'utente. Gli operatori del turismo che decideranno di entrare nel mondo ItalyWow potranno essere sicuri di avere a disposizione una vetrina sul mondo, ad un costo molto competitivo.

move.ON

move.ON

Come verranno usati i capitali raccolti?

I capitali raccolti verranno usati per l'80% come investimento per l'acquisto degli algoritmi che fanno muovere l'app, e per il restante 20% per azioni di marketing sul territorio e nei paesi target per sollecitare i download dell'app e per incrementare la rete dei nostri inserzionisti.



move.ON

Per maggiori informazioni:

Luca Simoni:

Co – founder e Project Manager



Patrizia Allara:

Co – founder e Marketing Manager



E-mail: info@italywow.app

Sito web: www.italywow.app

Per ulteriori info: www.startsup.it

TECH VOICES

TechVoices è la nuova rubrica di e-KONomy sviluppata anche in collaborazione con TT Tecnosistemi, società con sede a Prato e attiva nel settore ICT italiano dal 1984, opera con aziende di più svariati settori, in qualità di fornitore di soluzioni software, ERP, di assistenza sistemistica, facility management, strategic outsourcing, fornitura di server, storage e soluzioni hardware di primari vendor internazionali. Nel percorso verso il successo delle aziende, innovazione, digitalizzazione, realtà aumentata e, in generale, soluzioni IT tailor-made la fanno da padrone. Si ringrazia TT Tecnosistemi per il contributo alla stesura dell'articolo.

COVID-19: le 7 tecnologie a supporto delle aziende

In questo periodo in cui l'emergenza Covid-19 non è del tutto cessata, come sappiamo è stata prevista la riapertura di moltissimi settori che però non potranno lavorare con le stesse identiche modalità dell'era precedente al Coronavirus. Le nuove disposizioni, infatti, impongono il rispetto delle distanze di sicurezza e l'uso dei dispositivi di protezione individuali quali mascherine e guanti.

Affinché le disposizioni del nuovo DPCM siano rispettate, le aziende dovranno inevitabilmente avvalersi della tecnologia per adeguarsi: a tale scopo sarebbe utile avere un solo fornitore in grado di offrire tutti i servizi necessari per il social distancing, per uno smart working sicuro e, magari, anche soluzioni per la sanificazione di ambienti e strumenti di lavoro. In questo

senso TT Tecnosistemi, grazie alla partnership con supplier leader in molteplici settori, è in grado di fornire un pacchetto di 7 differenti servizi volti proprio ad aiutare le aziende ad affrontare questa situazione in piena conformità con le disposizioni vigenti.

1. Augmented Reality per la manutenzione a distanza

Grazie alla soluzione di Augmented Maintenance di Livemote, partner di TT Tecnosistemi, è possibile effettuare la manutenzione a distanza eliminando la necessità di una presenza fisica sul campo del tecnico specializzato grazie anche all'Intelligenza Artificiale e alla Realtà Aumentata. Con Livemote e la sua funzionalità di Tracking posizionale in realtà aumentata, è possibile "ancorare" all'oggetto (o a parti dell'oggetto) informazioni a valore

aggiunto come note vocali, disegni, manuali, schede tecniche, video, ecc. L'intelligenza artificiale può presentare in maniera automatica le possibili soluzioni derivanti dall'apprendimento di precedenti interventi. La visualizzazione dei dati provenienti dalle linee di produzione smart e da sensori IoT è istantanea e in overlay sul mondo reale, tutto questo con un minimo utilizzo di banda che consente di operare anche in presenza di segnale minimo o addirittura assente grazie alla modalità asincrona di trasmissione.

2. Virtual Reality per formazione, fiere ed eventi virtuali

La Realtà Virtuale Immersiva può essere anche usata per il training interno o per clienti finali, per il marketing e la progettazione. Gli utenti interagiscono e collaborano fra loro,

con oggetti e ambientazioni reali, annullando completamente le distanze, ed è possibile testare in tempo reale un prototipo, assistere e incentivare il cliente durante il processo di vendita o creare fiere ed eventi virtuali, il tutto nella massima sicurezza.

3. Soluzioni per il Social Distancing in azienda

Per garantire le giuste distanze fra le persone ed evitare assembramenti, sia nelle fabbriche che in uffici o in negozi, la tecnologia mette a disposizione dei dispositivi indossabili (bracciali, portachiavi, TAG, sensori). Questi sono basati su un trasmettitore BLE (Bluetooth Low Energy) che rileva il segnale ricevuto da altri dispositivi indossabili intorno e stima la distanza in base alla potenza

del segnale. È possibile impostare la soglia sulla potenza del segnale per regolare la distanza alla quale viene attivato l'allarme che può essere segnalato ai lavoratori tramite vibrazione o tramite un suono. Il dispositivo può memorizzare nella memoria interna l'ID degli altri dispositivi che si sono avvicinati oltre la distanza minima impostata e questi ID possono essere scaricati usando sempre l'interfaccia Bluetooth. In questo modo si può eventualmente risalire allo storico dei dispositivi (quindi degli individui) che si sono trovati in prossimità (ed eventualmente a quale distanza).

4. Strumenti di termometrica per il controllo degli accessi

Sono disponibili anche soluzioni per la misurazione termometrica, disponibili sia in versione portatile manuale, sia in

versione con supporto stativo per rilevazione di soggetti multipli, sia in versione installabile a soffitto o a parete. Utili per grandi flussi di persone (GDO, Centri Commerciali) o per il controllo accessi regolamentato.

5. Software e dispositivi per lo Smart Working

In questo momento storico, permettere il lavoro da remoto è divenuta una necessità imprescindibile. La sicurezza delle persone e l'esigenza di mantenere attivi i processi di business richiedono però l'attivazione immediata di infrastrutture sicure, scalabili e performanti. Nel farlo, è necessario consentire ai remote-worker di connettersi in modo sicuro e rapido a tutte le applicazioni di cui hanno bisogno, comprese le app SaaS, in cloud e nel data center. È inoltre

fondamentale che i dipendenti abbiamo accesso, anche da casa, a tutti i documenti e alle informazioni dell'azienda, disponibili in maniera sicura, utilizzando un sistema di Document Management, come per esempio la soluzione ARXivar. L'infrastruttura aziendale può essere riprodotta in remoto grazie a tecnologie Cloud e VDI. Per lo Smart Working e Collaboration, TT Tecnosistemi mette a disposizione notebook, stampanti, smartphone, accessori, software e tutto ciò che occorre all'azienda per trasformare il lavoratore da remoto in uno Smart Worker, in grado di lavorare efficientemente seguendo le direttive aziendali.

6. Misure di cybersecurity per gli homeworkers

Un aspetto molto importante dello

Smart Working è la sicurezza in termini di immunità ad attacchi informatici, come il Phishing, che induce gli utenti a rivelare informazioni finanziarie, credenziali di sistema o altri dati sensibili. Per prevenire questo tipo di attacchi è necessaria una buona formazione del personale in modo che possa autonomamente riconoscere una mail di phishing ed evitare quindi di cadere nella trappola. TT Tecnosistemi, insieme a 7Layers, offre formazione sulla sicurezza informatica incentrata sulle persone e personalizzata secondo le esigenze dei singoli, che possono completarla in modo efficiente e che, soprattutto, è efficace nel cambiare i comportamenti e ridurre i rischi a ogni livello della tua azienda.

7. Sanitizer2020 per la sanificazione di carrelli e cesti per la spesa

Gli strumenti di lavoro come transpallet, carrelli e basket per la spesa devono essere efficacemente sanificati per evitare di favorire un eventuale contagio. Questo può essere fatto in modo efficiente ed efficace grazie alla soluzione Sanitizer2020.

Il sistema base Sanitizer2020 consta di un arco in lamiera formato da due montanti laterali e un traverso superiore. All'interno di una delle due basi trova posto il serbatoio da 120 litri di sanificante collegato ad una elettropompa azionata da un tornello e all'interno dell'arcata si trovano gli ugelli dai quali viene nebulizzato il sanificante. Sul traverso orizzontale superiore ci sono due indicatori luminosi, rosso e verde che indicano lo stato della

sanificazione. Al momento in cui si inserisce il carrello questo agisce su un tornello che aziona l'elettropompa e sanifica l'oggetto che passa attraverso l'arco, l'operazione è molto semplice e non necessita di persone formate per utilizzarlo.

Sei sicuro che la tua azienda sia realmente pronta per affrontare con successo le sfide del futuro?

Per un checkup completo ti invitiamo a contattare TT Tecnosistemi che, grazie ai propri esperti, porterà la tua azienda ad un nuovo livello tecnologico che si rivelerà vincente anche dopo questa pandemia.

Per maggiori informazioni

Iacopo Del Freo
Product Manager in
TT Tecnosistemi

E-mail: promo@tecnosistemi.com

Sito web: <https://it.tecnosistemi.com/soluzioni-per-le-aziende>

Eccellenze d'Italia: il Turismo

*Conosciuta come il Bel Paese in tutto il mondo, per il suo clima mite, i suoi paesaggi naturali e la sua cultura e storia, l'Italia è uno scrigno di Eccellenze. Nasce così **Eccellenze d'Italia**, la rubrica di e-KONomy dedicata al racconto di ciò che fa dell'Italia il Bel Paese, riconosciuto e apprezzato in tutto il mondo: dai settori strategici, al tessuto imprenditoriale nazionale di PMI e Start-up.*



Touring Club Italiano

«Migliori o peggiori? Comunque diversi»

Il **Presidente del Touring Club Italiano**, Dr **Franco Iseppi**, condivide alcune riflessioni sul nostro Paese, su come stia vivendo l'attuale situazione e quali potrebbero essere i suggerimenti di una Istituzione storica, come il TCI, a supporto di un cambiamento che si renderà necessario a seguito di questa pandemia.

Il più recente editoriale della rivista del Touring Club Italiano, associazione non profit che si occupa da oltre cent'anni di turismo, cultura e ambiente, si è posta la domanda che più in questo momento storico preoccupa l'Italia, **come valorizzare il nostro Paese dopo la pandemia?**

Il Covid-19 ha messo in discussione i rapporti di forza tra i grandi protagonisti

istituzionali, sociali e imprenditoriali del mondo e di fatto ha costretto i singoli stati e le loro articolazioni locali, al fine di uscire da una emergenza planetaria, a scegliere, per il loro futuro più immediato, tra una opzione conservativa ed una innovativa, come l'occasione per intraprendere un nuovo percorso. Il Presidente del TCI, sostiene che la pandemia può lasciare in eredità l'opportunità di un vero cambio di paradigma nei comportamenti, nelle decisioni e nelle forme di partecipazione e rappresentanza territoriale e internazionale. Ripartire dall'*innovazione* non comporta rinunciare alle funzioni originarie di servitore civile delle istituzioni e dei viaggiatori, punto di riferimento morale del turismo e

Eccellenze d'Italia: il Turismo



produttore di conoscenza, di confronto tra culture, di scoperta. Il fine ultimo del TCI è quello di non limitarsi ad essere un soggetto del sistema Italia ma diventarne sempre più un protagonista affinché il nostro Paese sia più conosciuto, attrattivo, accogliente e competitivo. Ripartire dall'innovazione significa più semplicemente rigenerarsi, approfittare della estrema criticità nella quale versa il nostro Paese e, a ricaduta, il nostro turismo per accelerare disegni e processi di cambiamento solo parzialmente avviati quali, ad esempio, il rafforzamento del pensiero strategico e la futura

articolazione territoriale alla quale farà riferimento il volume della rivista del 2020 dedicato ai Soci «Territori.it».. L'ambizione che l'associazione intende trasmettere ai propri Soci non è solo motivata dalla inconfutabile constatazione che l'attività turistica non è delocalizzabile, ma che il turismo è per sua natura territoriale e lo sarà sempre di più man mano che si allarga l'offerta, e che pertanto al turismo andrà sempre più riconosciuta la funzione di integratore dei territori stessi. Insistere sulle opzioni strategiche, seppur condizionate dal contesto nel quale operano, non esclude affatto di affrontare impegni quotidiani a supporto di una stagione turistica dagli estremi economici molto problematici. Da qui realisticamente la sollecitudine a privilegiare, quest'anno, il turismo domestico. Non possiamo ignorare che più del 50% della mobilità turistica dello scorso anno è stata per nostra fortuna straniera, ma non possiamo sottovalutare

Eccellenze d'Italia: il Turismo

un «sentire comune» verso le vacanze italiane, sostenuto da una consistente e qualificata pubblicitaria, da numerose campagne pubblicitarie e informative, dall'insistenza con la quale operatori e opinion leaders del settore si sono mossi in questi ultimi mesi.



L'associazione ha, inoltre, condotto una survey on line indirizzata a comprendere le intenzioni di chi andrà in vacanza quest'anno, tenendo conto che la paura del contagio permane, che molti hanno meno ferie perché spese per il lockdown e che le disponibilità economiche non sono quelle dello scorso anno, è emerso che: il 94% resterà nello stivale, di questi il 46% opterà per il mare, il 30% sceglierà

la montagna, il 9% è attratto dai borghi ed in molti quest'anno resteranno a casa. Le vacanze vanno in ogni modo considerate l'occasione per far ripartire, cominciando da casa nostra, un Paese che va maggiormente valorizzato, goduto e conosciuto anche da noi che lo viviamo e del quale non abbiamo ancora scoperto fino in fondo la sua unicità ricordandoci che, per chi si muove nel mondo per motivi turistici, l'Italia con le sue meraviglie ed i suoi colori è considerata la meta più attrattiva.

Autore:

Franco Iseppi
Presidente del TCI,
Toring Club Italiano



Sito web: www.touringclub.it