

e-KONomy

RACCONTARE L'IMPRESA PER CRESCERE



Newsletter di informazione in distribuzione gratuita. Anno VII Dicembre 2020



efarma,
il primo e-commerce
farmaceutico italiano

TechVoices

Questa serendipity si chiama
Cloud Transformation

[Pagina 14](#)

move.ON

Soldi Design, da semplice
raccolta differenziata a forme
d'arredo di design

[Pagina 30](#)

Editoriale

Miti e fatti sulla
transizione

[Pagina 02](#)

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

 www.kon.eu
www.lamerchant.it



Sono con **Lorenzo Sciadini**, esperto di marketing, docente e coach professionista ICF. Ha la convinzione che il marketing possa migliorare la società. Ha lavorato per decine di banche, multinazionali e importanti brand ed insegnato presso istituti internazionali, università, enti e aziende di tutto il mondo.

Con Lorenzo molte volte ci siamo soffermati a parlare di economia circolare, sostenibilità: temi che sono sulla bocca di tutti, dalla finanza all'imprenditoria, fino a chi opera nel sociale. Ci siamo "gettati" per gioco su modelli alternativi, abbiamo cercato di comprendere quanto è importante la condivisione e su come si potrebbe generare ulteriore valore dal riutilizzo delle materie prime.

La prima domanda che mi viene spontanea da fare al mio amico è la seguente... Forza Lorenzo, smonta tutto ciò che crediamo essere la nostra certezza!

*Veziò, mi stai provocando ed io ti accontento. La paura più grande dell'uomo è legata al suo **destino**, al poter dare un senso al futuro. Per questo l'uomo ha creato il **Mito** e nel nostro cervello esiste un sistema per generarlo. Prima che nascesse il logos l'uomo rappresentava la realtà col mito. Poi è venuta la filosofia, l'**epistemologia**, la disciplina dello stare in piedi per logica. Poi un susseguirsi storie, storia, religioni, politica per arrivare ad oggi. E poi la Tecnica.*

E quindi?

*I più attenti si sono resi conto che ci stiamo raccontando **un sacco di sciocchezze** sulla felicità, sulla crescita e sulla sostenibilità. Stando ai fatti la verità è una sola: il **capitalismo** ha fallito, la tecnica ha preso il sopravvento su tutto e tutti, la povertà, le disuguaglianze, la disparità e l'inquinamento sono diventati insostenibili.*

Credi che si debba far emergere un'altra verità?

*Ci sono decine di scuole di pensiero per **ripensare il capitalismo**, e altre decine di alternative per **eliminarlo**. Ci sono i **giovani** che scendono in piazza col dito puntato, c'è chi crede che il cambiamento parta **dal singolo individuo** e che ciascuno nel suo piccolo possa fare la differenza. C'è chi propone un **Green New Deal** facendo della Foresta amazzonica, dei cetacei marini e degli orsi polari vere e proprie star mediatiche. Ci sono poi le 200 tra le principali aziende di Wall Street e **colossi finanziari** – da Jp Morgan ad Amazon, da BlackRock a General Motors – che lo scorso anno hanno reso pubblico un documento in cui sostengono che, per creare valore di lungo periodo, le aziende non devono solo portare dividendi ai propri azionisti costi quel che costi. C'è il popolo della **Economia circolare** che la celebra come un messia e attende l'avvento della transizione “dalla culla alla culla”.*

E' tutto vero, ma permettimi di dirti, Lorenzo, che si tratta di un mondo che lavora per soddisfare i bisogni del presente senza compromettere le risorse per le future generazioni.

Va bene, ok, ma prima di tutto ci sono i

fatti.

1) La quantità di materia consumata globalmente ha superato i 100 miliardi di tonnellate all'anno. In media, ogni persona sulla Terra utilizza più di 13t di materiali all'anno. Ogni secondo nel mondo si brucia o disperde un TIR di materiale tessile. Le **materie prime costano** sempre di più e lo sanno bene le imprese in ogni settore.

2) Negli ultimi due anni **i consumi sono aumentati** di quasi il 10% e abbiamo oltre due miliardi di persone che si stanno affacciando sui mercati. Le risorse non bastano per tutti.

3) Inoltre, non sappiamo più dove mettere i rifiuti. Un fatto su tutti? Secondo il *Circularity Gap Report* il riutilizzo delle risorse è sceso dal 9,1% all'8,6%. Un dramma.

Di cosa stiamo parlando: soluzioni politiche o miti? La soluzione è una sola e **non è il GREEN**. Troppo bello e per troppi pochi. Nulla contro il Green, anzi! Ne vogliamo di più, ma migliore di come è inteso oggi.

Caro Lorenzo, spero quindi che tu mi indichi qualche soluzione.

Esistono molte evoluzioni del Green e tutte contengono principi di **Economia Circolare**: migliaia di studi, trent'anni di letteratura e buone pratiche. Veniamo da 300 anni di economia lineare, non immaginiamo nemmeno cosa sarà. La stessa parola **sostenibilità** è da riciclare: nasce in Sassonia trecento anni fa da un solerte sovrintendente minerario e amministratore contabile forestale preoccupato per le enormi quantità di legna necessarie per miniere e abitazioni. Raccomandò, dunque, un "uso continuo, durevole e rigenerabile" delle foreste e inserì il concetto di sostenibilità in un'ottica transgenerazionale, cioè che riguarda oltre alla nostra anche le altre generazioni. Nulla di sbagliato, ma oggi serve un concetto più ampio. Tra gli approcci, abbiamo il **Cradle to Cradle** introdotto dal chimico Michael Braungart con l'architetto Bill McDonough. Si propone di eliminare in concetto di rifiuto ("rifiuto = cibo"). Passare alle rinnovabili. E rispettare i sistemi naturali e umani. Solo con questo approccio nel settore alimentare si potrebbero ridurre le spese mediche di 550 miliardi.

Abbiamo la **Performance economy**, introdotta nel 1976 dall'architetto Walter Stahel insieme a Genevieve Reday.

Abbiamo la **Biomimesi** di Janine Benyus che prende a modello la natura, natura come misura e natura come mentore.

Poi abbiamo **l'Ecologia Industriale**, il **Capitalismo Naturale**, il **Design rigenerativo** e la **Blue Economy** di Gunter Pauli.

A quanto pare non mancano le soluzioni.

Sì, ma basta solo stare attenti ad eliminare quelle generate dal “business-as-usual” – sospette e spesso subdole.

Tra queste quelle che santificano il **Riciclo**. L'unica cosa buona per il riciclo è buttarlo in discarica. Il Sovracciclo è la soluzione. Genera, introduce valore ad ogni passaggio. Anche perché quello che ci viene venduto come Riciclo spesso è **Subciclo**.

Bene Lorenzo, una sintesi finale?

Qual è la cosa veramente importante? Smetterla di pensare che siamo essere mostruosi, negativamente impattanti, che abbiamo un peccato originale da scontare.

Tutt'altro, siamo essere fondamentali per la Natura. Per questo ci ha dotati di intelligenza, creatività, emozioni, passione e amore. Non possiamo limitarli! La decrescita felice, l'**eco-efficienza**, la riduzione dell'impatto negativo sono dei miti negativi. L'**eco-efficacia** e l'aumento dell'impatto positivo sono la nostra strada. In linea con la Natura con le esigenze dell'essere umano e della sostenibilità.



eFarma

Il primo e-commerce farmaceutico italiano

Fondata nel 2012 dall'attuale CEO, il Dott. Francesco Zaccariello, eFarma.com è oggi una delle principali piattaforme di vendita e consulenza online di prodotti per la salute ed il benessere. Offre un catalogo con oltre 65.000 referenze dei migliori brand del settore farmaceutico e con oltre 1 milioni di utenti al mese. Il sito soddisfa giornalmente oltre 500 richieste di consulenza personalizzata, gestite da uno staff composto per il 70% da farmacisti. Circa il 97% dei clienti che hanno comprato sul sito afferma che acquisterebbe nuovamente su eFarma.com.

Abbiamo avuto il piacere di conoscere meglio questa realtà con il CEO, Dott. Zaccariello.

Come nasce eFarma?

eFarma.com nasce con l'obiettivo di rappresentare un canale innovativo di vendita e consulenza online di prodotti per la salute, fondendo quindi le due dimensioni dell'e-commerce e della farmacia. Il progetto è nato osservando la crescente esigenza dei clienti di avere una farmacia di riferimento più innovativa e di facile accesso. L'attenzione alla persona non costituisce solo un punto di partenza del progetto, ma è la promessa di eFarma.com di essere contemporaneamente la para farmacia online all'avanguardia e allo stesso tempo conservare un approccio umano, seguendo tre irrinunciabili valori. È tra le prime realtà ad affermarsi, in un mercato non acerbo, ma proprio inesistente. Abbiamo sviluppato tutta la

piattaforma e predisposto l'intero archivio fotografico in alta risoluzione dei prodotti farmaceutici, disponibile inizialmente per la sola consultazione. Quando finalmente nel 2016 il Ministero ha approvato l'autorizzazione alla vendita di farmaci da banco anche online, è stato necessario solo attivare l'opzione di vendita sul sito. Ad oggi, il team di eFarma è composto da circa 60 persone, prevalentemente farmacisti, professionisti pronti ad offrire a ciascun cliente lo stesso tipo di supporto che ci si aspetterebbe in una farmacia tradizionale. A rafforzare questo approccio adattandolo alle esigenze contemporanee, abbiamo sviluppato una strategia di customer care multicanale quanto più diretta e accessibile, per permettere a chiunque di avere il proprio farmacista sempre con sé.

Mission e valori aziendali

Accelerano gli stili di vita e diminuisce il tempo a disposizione, ma la ricerca del benessere e il bisogno di un consiglio fidato al momento giusto restano. È proprio per questo che eFarma.com intende offrire un servizio di altissima

qualità cucito sulle esigenze dei clienti. L'impegno nel soddisfare i desideri e le necessità della clientela guida da sempre il processo di miglioramento e innovazione delle offerte. La mission di eFarma.com è semplificare la vita quotidiana rendendo possibile l'acquisto di farmaci online ad un ampio target di utenti offrendo la stessa affidabilità della farmacia tradizionale.

Francesco Zaccariello, CEO



L'headquarter e la gestione logistica

Quest'anno è stato per noi motivo di crescita, sia in termini finanziari che di struttura: abbiamo inaugurato il nuovo headquarter di 3000 mq a ridosso del mare. Nello stesso stabilimento,



Sempre per via di disposizioni legislative, gestiamo internamente la logistica. Il nostro magazzino non è automatizzato, per scelta. Anzi, abbiamo messo in pratica le nostre competenze informatiche per sviluppare dei software atti a far muovere gli addetti in forma 100% manuale e non automatizzata. Certamente, stiamo comunque lavorando per automatizzare una parte del processo. Durante il periodo dell'emergenza sanitaria, la logistica è stata senz'altro messa alla prova, gli ordini sono incrementati esponenzialmente, il timore sulla sicurezza coinvolgeva anche i nostri

collaboratori, ma, nonostante tutto, il team è riuscito ad affrontare la situazione egregiamente.

Apertura del capitale agli investitori e progetti futuri

Il primo investitore a entrare nel capitale sociale di eFarma.com è la holding Finbeauty. L'ingresso nel capitale di eFarma.com da parte della holding milanese, specializzata negli investimenti nel segmento beauty care, consentirà di catalizzare la crescita aziendale in quanto la società è già in grado di autofinanziarsi, e rappresenta lo spartiacque per l'ingresso di altri investitori. L'ingresso della holding

milanese Finbeauty è la testimonianza di come grazie al digital si possono attrarre investimenti nel Mezzogiorno, da parte d'imprenditori attenti e lungimiranti come il nostro nuovo socio", dice Zaccariello, ricordando anche il recente investimento di tre milioni di euro di Dompé Farmaceutici nella start-up napoletana Materials.

Oggi l'online prima di essere canale di vendita, è il canale della consultazione, è online che trova avvio il processo decisionale di acquisto. Pertanto crediamo fortemente negli investimenti nel mondo digital. Avviare una start-up, oggi PMI che cresce a doppia cifra, in un posto che non è esattamente il punto nevralgico del settore, è stato permesso grazie agli strumenti digitali: grazie al digital si può decisamente fare impresa, anche laddove il contesto risulta più aspro.

Tra i progetti sul tavolo, senz'altro lo sviluppo del processo di acquisto online, facendo leva sulla parte della consulenza. Non si esclude la

possibilità di crescere implementando servizi sanitari, quali assistenza a domicilio, e, d'altro canto, anche puntare sul ramo profumeria e ortopedia. Per il momento, tutto sul territorio nazionale, essendo il mercato, soprattutto quello dell'assistenza a domicilio, ancora ampiamente inesplorato.

Per maggiori informazioni:

Sito web: <https://www.efarma.com/>

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 crowdfunding, per il materiale concesso per la stesura del contributo.

Soldi Design, da semplice raccolta differenziata a forme d'arredo di design

SoldiDesign

FIRENZE

Soldi Design Srl nasce nel 2012 a Calenzano (FI) da un'intuizione di Gianluca Sordi, architetto d'interni fiorentino, per operare nel campo della progettazione, produzione e vendita di mobili e arredi, proponendo complementi e oggettistica per la raccolta differenziata dei rifiuti caratterizzati da una marcata impronta «Made in Italy», funzionalità e sostenibilità.

Grazie alla creatività del *brand* e alle sue linee moderne e armoniose si nobilita un oggetto che diventa parte integrante dell'arredamento ed attraverso il quale si può contribuire a

rispettare l'ambiente. **Made in Italy, design, eco-industrial expertise e sostenibilità ambientale** sono le keywords della filosofia aziendale.

Sostenibilità e Design sono sempre state il binomio che caratterizza il senso di *Corporate Social Responsibility* ed il *core business* dell'azienda: l'utilizzo di materiali riciclati come plastica comporta il recupero di potenziali materiali inquinanti, trasformandoli in nuovi oggetti e al tempo stesso si ottiene una produzione industriale a minimo impatto ambientale, con risparmi di emissioni di CO2 con rapporto quasi 1:2, rispetto alle quantità di plastica riciclata, ottenendo importanti benefici anche a livello climatico.

move.ON

move.ON

Ovetto è un contenitore multi-scomparto, multi-colore, e in materiale riciclato. Dalla sua fondazione, Soldi Design ha realizzato oltre 100.000 Ovetto, utilizzando e rigenerando quasi 650.000kg di plastica riciclata con un impatto ambientale stimato di circa 1,2Mln kg di emissioni di CO₂ risparmiate.

Il cuore del progetto si può ricondurre alla famosa frase che Dostoevskij fa pronunciare al principe Miškin «*la bellezza salverà il mondo*», perché Soldi Design si pone sul mercato offrendo prodotti esteticamente belli, per un settore che non ha mai dato importanza all'oggetto «pattumiera».

Design italiano, funzionalità e valore ecosostenibile rendono un contenitore Soldi Design un elemento di arredo e di stile, un oggetto non più da nascondere bensì da esibire. Le linee moderne e armoniose permettono di inserirsi in

Ovetto Galà



qualsiasi ambiente, ispirandosi sempre a forme universali ed eterne. L'uovo, la sfera come il cubo sono figure primordiali e al tempo stesso attuali e futuristiche.

Ovetto è accreditato da numerosi premi e riconoscimenti anche a livello internazionale, aspetto che determina un eccellente riscontro in ambito «contracts», ossia nella fornitura di prodotti custom per grandi clienti (Ferragamo, Versace, Ferrari, CocaCola, Sammontanta, Levissima e Lidl, solo per citarne alcuni).

move.ON



move.ON

La società, incoraggiata da questi importanti attestati, ha deciso di ampliare la presenza sul mercato sviluppando un certo numero di prototipi di nuovi prodotti «eco-bio design» in materiali naturali, (nel pieno rispetto dei principi dell'economia circolare) che ora intende portare sul mercato mediante una **piattaforma distributiva multi-canale**.

Il mercato di riferimento

Soldi Design si colloca in un mercato

quale è l'Arredo-Design Italiano, da sempre emblema del «bello e ben fatto» (5% del PIL, 1/3 export) che sta iniziando a cogliere con sempre maggiore consapevolezza le opportunità derivanti dalla «**Green Economy**» e dai modelli di sviluppo dell'economia circolare. L'attuale mercato di riferimento di SoldiDesign è di livello Europeo, con una buona presenza specialmente in Francia. Il nuovo piano triennale prevede

move.ON

investimenti importanti sia lato **internazionalizzazione** che **digitalizzazione**, sviluppando nuove opportunità nei principali Paesi Europei (UK, Germania, Francia, Spagna, Benelux) ed un'attenzione particolare ai nuovi mercati emergenti (India ed Emirati Arabi). Attraverso fiere del settore ci si pone anche l'obiettivo di avviare partnership per la distribuzione in Nord America.

Lo studio svolto internamente sulle dimensioni del mercato potenziale ha evidenziato grandi possibilità per lo sviluppo della società con la realizzazione di più prodotti indirizzati a diversi segmenti di mercato. La rete commerciale, rivolta sia a B2C che al B2B, vedrà un'estensione significativa dei mercati/buyer attraverso svariate azioni di internazionalizzazione del brand e dei prodotti, con investimenti nel digitale e partnership con operatori

del settore. Tra i servizi offerti alle aziende sarà ampliata la possibilità di personalizzazione sui prodotti con grafiche pubblicitarie significativamente a trasformare un contenitore Soldi Design anche in uno strumento di marketing e comunicazione. Alcuni progetti di questo tipo già realizzati per marchi italiani e internazionali sul prodotto «Ovetto» hanno ricevuto un notevole apprezzamento.

Per maggiori informazioni:

email: info@soldidesign.com

Sito web: www.soldidesign.com/

move.ON

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.

Questa serendipity si chiama Cloud Transformation

Che la si chiami serendipity, opportunità o costrizione, ci troviamo in una situazione senza precedenti. È la digital transformation delle imprese italiane, che ha tutti i pre-supposti per essere determinante e segnare l'inizio di una nuova era, quella del business ai tempi di coronavirus. Si tratta di una trasformazione accelerata, agognata o da tem-po pianificata, ma che non può rimanere contingentata all'emergenza portata dalla crisi sanitaria. E passa soprattutto dal Cloud, un modello tecnologico che abbiamo capito bene essere anche un modello di business, una visione strategica di tipo organizzativo che non ragiona per compartimenti, ma secondo un percorso condiviso, quello di una strategia digitale cloud che garantisca produttività, sicurezza, collaborazione.

“Il mercato italiano del Cloud nell'ultimo anno è già cresciuto del 21% secondo i dati ri-lasciati dall'Osservatorio Cloud Transformation del Politecnico di Milano. Noi che siamo in prima linea sulle scelte tecnologiche di migliaia di aziende italiane, ci sentiamo responsabili nel supportare i clienti in questo percorso, che in molti a ragion veduta chiamano viaggio – spiega Francesco Salvini, Cloud Solution Specialist di TT Tecnosistemi. Sebbene già da tempo ci occupassimo di Cloud, principalmente in ambito infra-strutturale, in questi ultimi mesi si è resa necessaria l'organizzazione di un nuovo team di lavoro con elevate competenze consulenziali in grado di disegnare con il cliente una roadmap di servizio su misura sulla base della quale procedere evitando il più

possibile costi inattesi e problemi sulla produttività.”

Garantire la business continuity e avere una pianificazione dei costi è indubbiamente una priorità per le nostre imprese, ma la scelta di trasferire i dati sulla nuvola non poggia solo su queste leve. La sfida principale del Cloud sembra ricondotta ad altre scelte strategiche in termini di innovazione di processo o di business: il cloud è nella visione dei nostri imprenditori e manager un abilitatore di tecnologie trainanti come Big Data/Business Analytics, AI, Blockchain, Cybersecurity, Office Automation & Digital Workplace. Facile da comprendere se solo si pensa a Industria 4.0, un piano di digitalizzazione straordinario, che partendo dai processi di fabbrica si sta

estendendo ai processi “standard” di tutte le aziende.

È così che, per serendipity appunto, stiamo facendo Cloud Transformation.

Ne abbiamo consapevolezza? Forse, o solo in parte.

Trasparenza e Sicurezza

Se è vero che per certi aspetti il “dove” risiedono i dati è secondario rispetto alla valutazione di un progetto, le due parole chiave per il successo di ogni implementazione devono essere trasparenza e sicurezza.

“Cloud significa valore e flessibilità. Affinchè vengano garantiti, i nostri esperti sono concentrati sulla prevenzione dei rischi, attraverso il controllo dei costi e il miglioramento delle performance: tutta la nostra

proposizione Cloud, sia pubblico che privato, sviluppata su più livelli per rispondere alle esigenze di PMI e di aziende di grandi dimensioni, si basa su questi principi. Inoltre, grazie ai Cloud Managed Services, una suite di servizi pensati appositamente per migrazione, adozione e gestione del cloud, e un team costantemente aggiornato con competenze al passo del cambiamento, il cliente sarà assicurato in termini di governance ed innovazione. – chiarisce Salvini”.

Essere affiancati da una rete di partner di fiducia sarà essenziale per trasformare l’atteggiamento tattico adottato negli ultimi mesi in una visione strategica di lungo periodo. La risposta alla crisi ha generato dinamismo e molteplici best practice nella digitalizzazione delle nostre imprese;

tuttavia, affinché il cloud abbia successo, occorre governare contemporaneamente il cambiamento attraverso tecnologia e processi. Le organizzazioni devono essere pronte a trasformarsi, mutare velocemente e sfruttare questa nuova consapevolezza: il Cloud non è un luogo, ma un’esperienza che si nutre di consulenza specifica e governance, attraverso servizi gestiti.

Dal Cloud Self Service al Cloud As A Service

Rivoluzionare il concetto di cloud self service, basato essenzialmente sull’acquisto di spazio virtuale, passa da una nuova cultura di Cloud as a Service. In un contesto di mercato che si fa sempre più competitivo, TT Tecnosistemi è il partner che con le competenze e i servizi accompagna le

TECH VOICES

Dear Bernhard,

Following the discussion with the tax advisor Mr Caccavari, we defined the NFP computation of Lab. Altomari. Please find it attached.

Since the Target had available liquidity, the amount of 120k€ of debt toward Altomari 2 Srl was paid, and no longer included in the NFP.

We also asked them to deposit the amount of cash in the bank account before closing.

TT Cloud Managed Services

Forniamo il supporto operativo necessario per trasformare il modo in cui i servizi IT vengono erogati all'azienda. Monitoraggio 24 ore su 24, 7 giorni su 7, supporto di specialisti illimitato. Ti aiutiamo a gestire i costi del cloud e a risolvere i problemi più rapi-damente.

TT Cloud Data Tiering Services

Ti aiutiamo ad identificare i dati inattivi archiviati on-premise che potrebbero essere spostati in un cloud storage pubblico a basso costo, per liberare capacità nobile.

Security

Ti aiutiamo ad aggiornare ed estendere la sicurezza per assicurarti di fornire agli utenti identificati, i giusti livelli di accesso ai dati corretti da qualsiasi dispositivo o posizione.

TECH VOICES

Application Modernization

Migrare app e database nel cloud per realizzare il vero valore dell'adozione dei servizi cloud.

IT Asset Management

Il nostro supporto per la gestione delle risorse libera il tuo personale dalle attività associate all'ottimizzazione della spesa e della conformità IT e fornisce soluzioni e strumenti convenienti per estrarre informazioni sul software e sul SaaS basato su cloud installati e utilizzati nel tuo ambiente.

Data center modernization

Implementiamo le strategie e le soluzioni che assicurano che la tua infrastruttura on-premise rimanga al passo con le tue piattaforme cloud.

Per maggiori informazioni

Francesco Salvini
Responsabile Cloud Solution
TT Tecnosistemi

E-mail: promo@tecnosistemi.com

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