

AUSED

INFORMA

68

#impossibilefermareused

IN QUESTO NUMERO

Editoriale

Prossime fermate: CIO Academy e tanto altro

Be the Change:

La costruzione della fiducia...

Intervista a

Enrico Parisini

Spazio GUPS

Il GUPS si rinforza: nasce Next Gen

Spazio DUGIT

Un avvio entusiasmante

Spazio USFIT

Si rafforza l'impegno di Salesforce

Articolo di fondo

"Diamo voce ai CIO"

Letture: CSBNO e AUSED

La nostra nuova vita online

La voce del Partner

Francesco Baroncini

Newsdesk

Dentro e fuori dall'Aused

L'INTERVISTA:
ENRICO PARISINI

6

SPAZIO GUPS, DUGIT E USFIT

9

"DIAMO VOCE AI CIO"

13

SOMMARIO

- 3 **Editoriale**
Prossime fermate: CIO Academy e...
tanto altro
- 5 **Be the Change**
La costruzione della fiducia alla base del rapporto
fornitore-cliente
- 6 **L'Intervista**
Enrico Parisini - Conserve Italia

L'INSERTO

- 9 La parola al GUPS, al DUGIT e
all'USFIT
- 10 Il GUPS si rinforza: nasce Next Gen
- 11 DUGIT 2021, un avvio entusiasmante!
- 12 USFIT:
Si rafforza l'impegno di Salesforce

- 13 **Articolo di fondo**
"Diamo voce ai CIO": un webinar di successo
- 16 **Lecture:** CSBNO e AUSED consigliano...
L'uomo che metteva in ordine il mondo
- 17 **La voce del Partner**
Intervista a Francesco Baroncini
- 19 **Newsdesk**
Notizie dentro e fuori dall'AUSED

Aused Informa

Newsletter interna dell'Associazione Utilizzatori
Sistemi E tecnologie Dell'Informazione.
AUSED - Via Niccolò Copernico 38 - 20125 Milano.
Tel +39 345 255 9509. e-mail: aused@aused.org -
sito web: www.aused.org.

Realizzazione

Il presente bollettino informativo è realizzato con la
collaborazione di Andrea Provini, Presidente AUSED,
Francesca Gatti, Tesoriere Segretario Generale
AUSED, Luigi Pachi, CEO MARCOMM S.R.L.

Hanno collaborato a questo numero

Francesco Baroncini, Stefano Colombini,
Gilberto Fucili, Francesca Gatti,
Giuseppe Ingletti, Stefano Lombardi,
Giuseppe Marconi, Luigi Pachi,
Enrico Parisini, Andrea Provini,
Francesco Sorichetti, Debora Tinelli

Progetto grafico e coordinamento

Progetto Grafico e impaginazione a cura di Luigi Pachi
(MARCOMM SRL - www.marcomm.it). Coordinamento
contributi e articoli: Francesca Gatti (aused@aused.org). È possibile collaborare ad AUSED INFORMA
inviando contributi, commenti e notizie all'indirizzo
e-mail: aused@aused.org. Se volete accompagnare i
testi con delle immagini si prega di spedirle in alta
risoluzione, per una migliore riuscita grafica durante
la stampa. Questo bollettino gratuito è scaricabile in
versione Acrobat Reader (file .pdf) dal sito dell'asso-
ciazione.

Andrea Provini Prossime fermate: CIO Academy e... tanto altro!



Andrea Provini
Presidente AUSED

Nell'apprestarmi a scrivere il fondo per questa uscita di Aused Informa ero indeciso se inserire o meno la parola sogni. Infatti, vorrei partire dalla constatazione che Aused è riuscita tra il 2019 e il 2020 ha realizzarne molti: iniziative che... pensate sulla carta... immaginate come possibili, non solo sono state compiutamente realizzate, ma spesso, come per il CIOsummIT o AUSED2020, hanno ricevuto una accoglienza da parte di associati, simpatizzanti e aziende sponsor che sono ben oltre le più rosee attese.

I numeri parlano da soli, numeri che ci raccontano di eventi, sfortunatamente solo on-line, con presenze sempre oltre i 70/80 colleghi, con contenuti apprezzati da tutti i partecipanti, con discussioni aperte e approfondite che esaltano ogni volta lo spirito che anima AUSED e così come AUSED anche tutti gli User Group a essa correlati.

Entusiasmo e apprezzamento che si sono tradotti in una sempre maggior adesione di soci, in maggior partecipazione di CIO ai nostri eventi, di grande attenzione da parte di tutto il mondo digitale italiano per cui AUSED ormai rappresenta un punto di riferimento.

Il motivo per cui la parola sogni mi suonava inadeguata per rappresentare quanto sto descrivendo è perché avrebbe focalizzato l'attenzione sul punto di partenza e non sul percorso e sulla meta del nostro viaggio iniziato nel 1976 e tuttora in corso. Sì, confermo, in AUSED siamo sempre stati e siamo tuttora dei grandi sognatori, CIO che immaginano progetti per la crescita loro, del loro ecosistema, delle loro aziende e dell'ecosistema digitale nazionale più in generale.

Ma essere sognatori non basta, i sogni, o progetti che dir si voglia, rimarrebbero tali senza una forte capacità pratica e organizzativa. Senza l'attivazione di tutta l'associazione che passo dopo passo è riuscita prima nella loro progettazione, poi nella loro realizzazione e infine nel dare a questi risultati la continuità nel tempo.

Momenti di incontro come il CIOsummIT, completamente pensati e organizzati dalla associazione con una partecipazione (in presenza prima e digitale poi) di centinaia di entusiasti colleghi sono il risultato di un grande impegno e coinvolgimento. Di passione e competenza, di tempo e fatica regalati da tanti colleghi con entusiasmo alla associazione. Stesso dicasi per il percorso di eventi AUSED2020, uno dei programmi più

Andrea Provini Prossime fermate: CIO Academy e... tanto altro!

ricchi e interessanti di tutto il 2020 e non per autovalutazione ma per la pioggia di consenso ricevuti.

Il propellente che ci permette ancora di accelerare e di procedere con i progetti del 2021 è sicuramente la partecipazione dei nostri associati. Senza questa partecipazione nulla sarebbe stato possibile e molti dei nostri sogni sarebbero rimasti tali.

Ecco la differenza tra AUSED e molte altre associazioni (non solo del nostro settore) che tendono a declinare soprattutto in tempi di pandemia. Ed ecco l'aspetto che accomuna AUSED con quel mondo associativo di successo, che genera, aggrega e distribuisce, che moltiplica i talenti affidatigli, non li sotterra, rischia qualche fallimento ma che continua a crescere.

Per questo motivo ho trovato più opportuno parlare di viaggio, fermate e nuovi obiettivi, nati anche questi come sogni e oggi vicini a essere progetti realizzati, valore per gli associati, i simpatizzanti e l'intera comunità.

Dal nuovo sito e modello di comunicazione appena rilasciato, all'innovativa ed efficace evoluzione del Telefono Amico, ripensata in chiave social per renderla attuale e immediata. Alzando un po' lo sguardo non si può apprezzare il progetto dei CIO in transizione che ha l'ambizione di rendere l'associazione un luogo non solo di condivisione di conoscenza e di network... ma anche un porto sicuro dove trovare risorse quando servono, nei momenti difficili, appunto.

Che dire poi del grande tema della formazione, una formazione creativa e non convenzionale, pensata per figure professionali come noi CIO in continuo confronto con una realtà in movimento, per cui il pensiero laterale e la capacità creativa molte volte rappresentano fondamentali risorse per fronteggiare e superare momenti di difficoltà. E CIO Academy, l'ambizioso programma di formazione della associazione, rappresenta un'altra delle grandi scommesse che ci apprestiamo a

vincere.

L'ultimo e forse più incredibile dei nostri sogni è sempre stato quello di uscire dal nostro aureo recinto dorato del nord, lombardo centrico, per poter condividere tutto il valore dell'associazione sul territorio. Territori, distretti, quelli lungo tutto il nostro stivale, che sono da sempre ricchi di creatività, di imprenditorialità e di gente pratica. Tutti elementi di grande valore per la nostra associazione che adesso ci apprestiamo a integrare con l'importante e ambiziosa campagna di apertura ai territori. Un percorso non facile e da sempre ostacolato dal campanilismo tutto italiano e dalla difficoltà di esserci, sul territorio.

L'evoluzione e l'internazionalizzazione dei mercati e delle aziende e paradossalmente una emergenza quale quella della pandemia che ha accelerato l'adozione di strumenti di collaborazione digitale hanno sicuramente aiutato nel nostro percorso che oggi ci vede ben presenti sul territorio, dal Veneto alla Liguria, dall'Emilia alle Marche, e con rilevanti opportunità di ambire a essere sempre più riconosciuti e attivi.

Questo lungo percorso, che appare ancora all'inizio, è ogni giorno reso possibile dall'impegno, dall'entusiasmo e dalla professionalità e capacità dei nostri CIO, dalla loro determinazione a creare valore e a condividerlo con il nostro ecosistema.

Da sempre sostengo che la partecipazione attiva è la vera anima di AUSED e mai come in questi ultimi due anni la crescita di partecipazione è stata così forte.

Sicuramente questo significa che siamo stati capaci di creare momenti di incontro interessanti e di valore... e soprattutto un modello di coinvolgimento virale che sta aumentato esponenzialmente la nostra forza.

Posti liberi sui vagoni... ce ne sono ancora... e molti. Tutti a bordo AUSED... le fermate sono ancora tante!

Il vostro Presidente,
Andrea Provini



Andrea Provini
Presidente AUSED



ARTICOLO



Debora Tinelli
Direttrice Commerciale
EtiQube

Be the Change La costruzione della fiducia alla base del rapporto fornitore-cliente

.....
«Il percorso ci ha consentito di condividere le difficoltà nel rapporto con i nostri interlocutori e soprattutto con quelli che ancora clienti non sono.»

Ottima iniziativa di Aused che mette a disposizione risorse per i propri partner e soci dell'offerta organizzando il corso formativo *Be the Change*. In un'intervista di un anno fa i docenti di Awair dichiararono *“Con AUSED siamo entrati nell'occhio del ciclone, con chi la trasformazione la fa davvero, ogni giorno, lavorando con clienti e partner per vincere la sfida più difficile del Paese”*. Una sfida da vincere insieme, partendo anche dalla formazione condivisa.

Il corso, che ha utilizzato mezzi interattivi super tecnologici e a me sconosciuti, consentendoci di lavorare in team anche a distanza, ha avuto l'obiettivo ambizioso di farci riflettere e acquisire strumenti per consolidare relazioni di fiducia con i CIO, fiducia strettamente legata al concetto di credibilità senza l'acquisizione della quale la prima non ha modo di crescere.

Partendo dal presupposto che la fiducia è facile da danneggiare e difficile se non impossibile da ricostruire, i partner partecipanti hanno lavorato proprio su questo, collaborando tra di loro per analizzare i punti forti e i punti deboli della propria proposizione personale più che aziendale.

Prima di partecipare al corso, ognuno ha completato dei questionari che già facevano presupporre tutto il contenuto: la messa in discussione di noi come persone e come professionisti, la volontà di capire dove poter migliorare nella relazione con i clienti. Il percorso ci ha consentito di condividere le difficoltà nel rapporto con i nostri interlocutori e soprattutto con quelli che ancora clienti non sono.

Fondamentali è stata la condivisione dei risultati relativi ai questionari rivolti ai CIO, dove gli si chiedeva quali fossero le caratteristiche maggiormente riconosciute nei partner e le carenze che invece rilevavano, cosa si aspettavano da loro, cosa mal sopportavano.

Ne è emerso che i nostri clienti riconoscono

nella passione per il proprio lavoro una delle caratteristiche più autentiche e presenti nei partner e, se come dice Crepet nel suo libro *Passione*, “La passione è un bisogno, Se non lo provi non c'è passione. È sentire il bisogno di fare e di fare bene, di fare tutto quello che puoi per ottenere quello che ami”, allora è un buon punto di partenza.

Interessante anche analizzare le caratteristiche meno apprezzate, come la mancanza di chiarezza nell'espore la propria proposizione di valore e l'eccesso di interesse personale, aspetti che costituiscono sfiducia.

Dall'analisi di tutti questi aspetti ne sono emersi due concetti sui quali costruire la fiducia: la credibilità, cioè ciò che so e come lo comunico, e l'affidabilità, cioè quanto le mie azioni sono coerenti con ciò che ho detto.

Gli incontri in aule virtuali e face to face ci hanno consentito di scambiare opinioni, lavorare in team, prendere spunti dai colleghi, scoprire le nostre carenze, esprimere le nostre caratteristiche migliori, ma soprattutto hanno contribuito a stilare gli elementi essenziali affinché un fornitore possa costruire relazioni di fiducia durature: trasparenza, competenza, chiarezza, comprensione, correttezza.

Va da sé che tanto difficile è costruire la fiducia, tanto facile è distruggerla. Ciascuno di noi ha avuto modo di riflettere su un particolare episodio della propria vita professionale, ma anche personale, nella quale si è trovato a gestire una situazione di tensione con il proprio cliente, tensione che faceva presagire la perdita di fiducia.

E come riconquistare la fiducia persa? Mettendosi in gioco e mettendoci la faccia per creare quel rapporto di empatia che ti fa continuare nel tempo la storia d'amore con il cliente.

Perché, dai, con i nostri clienti noi un po' ci si fidanza e una storia d'amore richiede cura costante verso l'altro. In una storia d'amore mediamente c'è uno che tra la carretta: e in questo caso siamo noi tutta la vita.

Andrea Provini intervista
Enrico Parisini
Chief Information Officer
Conserve Italia

Profilo professionale di Enrico Parisini

Nato nel 1955, si laurea in Scienze Statistiche ed Economiche nel 1980 e nello stesso anno entra a far parte di Conserve Italia (Valfrutta, Yoga, Derby, Cirio).

È membro del comitato tecnico GS1 dalla sua costituzione. È presidente dell'associazione ASSI, Associazione Specialisti Sistemi Informativi di Bologna, attraverso la quale organizza eventi di studio e confronto su temi ICT e si relazione con le aziende del territorio. Le sue esperienze professionali sono profondamente legate a quelle di un'azienda in grande ascesa: nel 1980, 35 dipendenti con fatturato di 50 Ml (euro equivalenti), nel 2014 circa 2000 dipendenti con fatturato di 1000 ml di euro.

In questi 4 numeri tutta l'evoluzione dell'azienda che in 25 anni ha acquisito gran parte dell'industria alimentare conserviera italiana e non solo. Da zero computer nell'anno 1980 all'attuale complessa infrastruttura. Con i sistemi informativi che operano dal campo al supermercato: tutti i processi importanti dell'azienda sono mappati e gestiti proprio attraverso i sistemi informativi. Sesta referenza in Italia per l'ERP SAP (1994), un'infrastruttura internazionale che concentra tutte le attività gestionali sul sistema centralizzato nella sede di San Lazzaro.

Per le competenze, Enrico Parisini cita quelle che i colleghi gli riconoscono su LinkedIn: ICT Strategy, ICT Management, Business Analysis, ERP, SAP, Project Management, Lotus Notes, CRM, Business Intelligence, ICT Integration, Cloud Computing, Software, Management Consulting, Team Leadership, Business Process Management, Data Warehousing.





Enrico Parisini
Chief Information Officer
di Conserve Italia

Come hai conosciuto Aused e come sei coinvolto in associazione?

Ho in primo luogo ringraziato per avermi chiesto di essere il CIO del numero 68 di AUSED Informa, è un numero che mi piace e che ha a che fare con le trasformazioni che stiamo vivendo. Conserve Italia è socio AUSED dal 2014, il coinvolgimento è avvenuto sulla scorta di 2 importanti iniziative: a) un gruppo di lavoro sul licensing di SAP, b) la rilevazione dei costi ICT. Ambedue i temi sono stati discussi ogni anno e ho trovato molto utile il confronto con i colleghi di altre aziende. In particolare il benchmarking sui costi ICT, seppure non raffinato e non molto partecipato purtroppo, mi è stato molto utile per rinforzare le mie convinzioni, per esempio del costo elevato delle maintenance software una spia che ci indica che il mercato del software non è un mercato di libera concorrenza, almeno non lo è il giorno dopo che hai acquistato ed esiste un chiaro problema di posizione dominante.

Conserve Italia: ci racconti un po' della tua azienda e di come l'IT è organizzato al suo interno?

Conserve Italia è una azienda di Conserve Alimentari i cui marchi più famosi sono Cirio, Valfrutta, Yoga, Derby. Si tratta oggi di una azienda che opera a livello internazionale con stabilimenti in Italia, Spagna e Francia. Il fatturato 2020 è stato di circa 900ML di euro con l'impiego di circa 3500 FTE. Complessivamente sono 900 le perso-

ne che operano con strumenti informatici, i principali servizi sono erogati dalla sede di San Lazzaro di Savena (BO), solo alcune applicazioni della sede spagnola sono rimaste locali. Le società gestite sono 5, gli stabilimenti produttivi sono 12, gli uffici commerciali esteri 3. Complessivamente le persone ICT sono 10 in Italia, 5 in Spagna, 2 in Francia che oramai è gestita dall'Italia. Fruiamo di circa 5 FTE in acquisto per un totale di una quarantina tra consulenti, programmatori, sistemisti. C'è chi lavora qualche giorno, chi qualche mese, secondo le competenze necessarie totale = 5FTE. L'ecosistema applicativo oltre a SAP ECC on hana vede la copertura di tutti i processi aziendali, erogando una trentina di servizi applicativi quasi tutti on premise. In cloud stiamo portando la "collaboration" con teams e da tempo il virtual PABX di TIM. Siamo una cooperativa il cui controllo è basato sulle 30 cooperative socie che rappresentano 14.000 produttori agricoli. I sistemi informativi dipendono direttamente dalla direzione generale.

IT e territorio, come la sfida digitale viene affrontata in uno dei territori più innovativi del panorama italiano e che ruolo ha il territorio e le sue organizzazioni?

Non so se l'Emilia Romagna sia un territorio così innovativo nell'ambito della trasformazione digitale. Diciamo che il territorio esprime importanti competenze e un tessuto imprenditoriale di aziende preparate ad affrontare le sfide del digitale. Come però raccontano amici impegnati nella consulenza, la media impresa di questo territorio spesso non ha la struttura





organizzativa capace di impostare le grandi trasformazioni organizzative sostenute dalla trasformazione digitale. C'è spesso una delega alla tecnologia che però da sola non può impostare cambiamenti proficui: nelle aziende trasformazione organizzativa e digitale si sostengono a vicenda, sono figlie dello stesso disegno di cambiamento e innovazione. C'è da dire poi che la funzione ICT è ancora troppo legata all'ambito amministrativo-contabile e in posizioni troppo spesso non dirigenziali, la cosa si riscontra anche nelle forme associative come ASSI che opera nel bolognese e di cui sono presidente, associazioni che soffrono della mancanza di protagonismo dei responsabili dei sistemi informativi che pur riconoscendo il valore della relazione, con difficoltà partecipano. Le associazioni come AUSED, ASSI sono un luogo libero di scambio di informazioni ed esperienze, un arricchimento oltre modo importante e non sostituibile dalla pressante comunicazione dell'offerta.

Gestire l'IT come strumento di supporto ma anche come valore di prodotto: quali sono le opportunità e le sinergie nel tuo settore?

Purtroppo nelle nostre aziende il digitale viene interpretato come una "best practice" e non come un abilitatore di nuovo business. Nel conto economico pesa molto di più l'andamento del costo dei materiali per l'imballaggio che i benefici di una nuova applicazione/procedura. Poi oggi che abbiamo gli strumenti per generare nuovo valore dai dati che raccogliamo, non abbiamo le competenze per trasformare queste informazioni in strumenti di business..

Come hai vissuto tu e la tua azienda il periodo pandemico che stiamo vivendo? Quali sfide, problemi ed innovazioni lo hanno caratterizzato?

In primo luogo, essendo una azienda alimentare, non ci siamo mai fermati e questo è stato un privilegio rispetto a molte altre tipologie di aziende. Le nostre fabbriche sono sempre state aperte e al loro interno non sono mai diventate luoghi di contagio, sia per i protocolli implementati, sia per gli spazi disponibili e per una facile gestione delle distanze. Per gli uffici invece ci siamo rivolti al lavoro da casa, che tutti speriamo diventi presto smart working, nei periodi del lockdown duro abbiamo messo al lavoro da casa fino all'80%

degli impiegati, fornendo in breve tempo gli strumenti aziendali abilitanti. Abbiamo cominciato ad usare diffusamente gli strumenti della collaborazione digitale con buoni risultati e in questa trasformazione è stato riconosciuto ai sistemi informativi la visione e la capacità di implementare il mancante in poco tempo e con buoni risultati. In questa situazione si è visto con chiarezza il "digital divide" tra quelli che avevano anche minime competenze digitali e chi invece non ce la faceva e aveva necessità di continuo supporto. Ci si è resi più consapevoli della necessità di una competenza di base informatica che negli uffici rimaneva un po' nascosta.

Post Pandemia: una tua ipotesi su come sarà il New Normal delle aziende ed il nuovo ruolo del CIO

L'accelerazione verso il digitale ci dice che non si tornerà indietro. I servizi di videocall oggi disponibili non sono paragonabili per costi e prestazioni a quelli disponibili a fine 2019. Le grandi piattaforme: Microsoft, Google e anche SAP (oggi improvvisamente 5^ nell'offerta di applicazioni in cloud - da meditare) hanno investito tantissimo e tantissimo hanno ricevuto dall'economia delle sottoscrizioni: parliamo di centinaia di milioni di nuovi utenti. La disponibilità di tanta tecnologia incontra però la scarsità delle competenze che usano la tecnologia come fattore abilitante di nuovo business e nuove organizzazioni. Non c'è stato periodo nel passato in cui non ci siamo scontrati con limiti tecnologici, oggi il limite è capire cosa ci possiamo fare con la tecnologia, in primo luogo con l'emergente "intelligenza artificiale". Da non dimenticare che una cifra immensa, circa 150 miliardi, verranno investiti in Europa nel digitale e questo significherà ancora nuova tecnologia per nuove applicazioni che devono trovare la loro interpretazione di Business. In questo contesto il ruolo del CIO dovrebbe diventare quello che ha la capacità di interpretare e sostenere le strategie di business con l'applicazione della giusta tecnologia (anche nei costi) disegnando un nuovo ecosistema di servizi con budget più adeguati e un maggiore coinvolgimento rispetto al passato.



.....
«L'accelerazione verso il digitale ci dice che non si tornerà indietro...»

La parola a GUPS, DUGIT e USFIT:



Gli User Group si sviluppano all'interno di AUSED grazie alla partecipazione dei Clienti, dei Partner, dello stesso Vendor e del mondo accademico. L'obiettivo è di diventare il punto di riferimento in Italia per gli Utenti delle soluzioni.

Le azioni dello User Group sono rivolte alla creazione di una comunità rappresentativa di Utenti del mercato italiano – per numerosità, idee e problematiche espresse – capace di rappresentare le istanze del mercato presso il Vendor e presso i Partner.

Al fine di ottenere questo risultato, vengono periodicamente condotte iniziative ed incontri tesi a:

- Aumentare la conoscenza delle soluzioni MICROSOFT, SAP e SALESFORCE;
- Creare momenti di networking tra utenti associati su temi relativi all'adozione ed utilizzo delle soluzioni;
- Diffondere informazioni relative alle diverse soluzioni, focalizzando anche le particolari verticali di settore più interessanti per il contesto italiano;
- Facilitare lo scambio di conoscenze e di esperienze tra gli utilizzatori;
- Organizzare momenti di Confronto diretto con i Vendor e con i Partner su problematiche condivise o temi di innovazione;
- Collaborare con Università e Business School (es. testimonianze da parte delle aziende, utilizzo soluzioni nei corsi, progetti di ricerca su temi di interesse dello User Group) per creare le competenze partendo dai percorsi universitari che si affacceranno al mondo del lavoro.

Il GUPS si rinforza: nasce Next Gen

Consapevole dell'importanza di crescere, per essere sempre di più *"la Voce dell'ecosistema SAP in Italia"*, nel corso degli ultimi mesi GUPS ha lanciato un processo di rafforzamento della propria struttura, sia direttiva che operativa, per aumentare la propria rappresentatività e portare nuove idee ed energie agli obiettivi che lo hanno caratterizzato a partire dall'atto costitutivo di quattro anni fa.

Il nuovo percorso è iniziato ufficialmente con il Kickoff di **GUPS NEXT GEN** tenutosi virtualmente venerdì 30 aprile con la partecipazione di oltre 20 rappresentanti



di aziende utilizzatrici di SAP, molte delle quali di livello Enterprise, che hanno dato la propria adesione al nuovo progetto di sviluppo, unitamente ai membri dell'attuale consiglio GUPS e SAP.

A fare gli onori di casa Andrea Provini, Global CIO di Bracco Imaging e presidente Aused, Giuseppe Marconi, CIO di Gruppo Italiano Vini e Presidente GUPS, Emmanouel Raptopoulos - Amministratore Delegato SAP Italia, SVP Cluster Head Italia, Grecia, Cipro e Malta e Carla Masper, Chief Operatin Officer SAP Italia.

La parola che forse meglio può caratterizzare questo momento di lancio è stata **"VALORE"**: valore nell'innovazione e nel supporto alla realizzazione di Intelligent Enterprise che SAP vuole offrire ai propri clienti, valore nello scambio bi-direzionale e nelle relazioni dirette che sono rese possibili attraverso lo User Group, valore nei feedback e nei suggerimenti che, raccolti ed organizzati, possono essere veicolati verso SAP.

Valore dall'appartenenza ad un network internazionale, ascoltato ed influente, quale il SUGEN (SAP User Group Executive Network), di cui l'attuale presidente Gianmaria Perancin ha ricordato le incessanti attività di relazione tra i 21 user group nazionali che vi fanno parte ed i vertici SAP, i risultati raggiunti anche in azioni di advocacy e le prossime comuni sfide per sostenere il cammino verso l'innovazione, l'eccellenza ed il successo.

Valore dalla trasparenza che deriva da un colloquio continuo ed una verifica costante con chi l'innovazione porta all'interno della propria azienda, come è stato negli

scambi aperti e diretti con alcuni CIO presenti durante la tavola rotonda seguita ad alcune anticipazioni di SAP dedicate allo User Group.

Con una rinnovata organizzazione interna, caratterizzata da due livelli di governo, uno di Advisory, costituito da CIO che delegheranno un ruolo Operativo al Consiglio,

di prossimo rinnovo, GUPS NEXT GEN ripropone il proprio ruolo indipendente per condividere esperienze, conoscenze, idee, spunti di approfondimento e soluzioni e continuare ad essere il punto di riferimento per tutte le aziende utenti di SAP in Italia, allargandosi successivamente a tutto l'ecosistema di integratori, professionisti, infrastruttura.

Le significative adesioni già ricevute, e che si aggiungono a quelle della community già esistente, sono uno stimolo ed una conferma che si sta proseguendo nella direzione giusta; si aprono nuove opportunità di condivisione e lavoro insieme: ogni nuova disponibilità è ben accetta perché, come da un "gioco di pronuncia" con il quale si è chiuso il kick-off, (*"ma il nome GUPS si deve leggere con pronuncia italiana o inglese?"*) sia sempre più vero il motto: **"GUPS to close the GAPS"** tra SAP ed il suo ecosistema!

Giuseppe Marconi



Giuseppe Marconi



Beppe Ingletti
Consigliere AUSED,
DUGIT Advisory Board Leader,
Senior Advisor & Director
giuseppe.ingletti@aused.org

DUGIT 2021, un avvio entusiasmante!

Il 2021 prosegue con ancora più sprint: nei WorkShop tra gennaio e marzo ci siamo ritrovati sempre più numerosi e con temi sempre più condivisi tra i partecipanti. Nel primo trimestre **“La Nostra Community”**, è ulteriormente cresciuta, **oltre 600 manifestazioni di interesse di professionisti per circa 130 aziende coinvolte** che ascoltano, si confrontano, contribuiscono con proposte, opportunità, soluzioni, esperienze e contatti preziosi. Il nuovo round del secondo trimestre è partito: il 27 aprile con il Team **Smart Factory & IoT** abbiamo discusso di **“Agevolazioni per la Transizione 4.0 e Benefici della predittiva in ambito industriale”**, ascoltando gli spunti di Violetta Giada Cannas (Università LIUC) che ci ha parlato del modello a supporto dello sviluppo di sistemi di predictive maintenance all'interno delle realtà industriali italiane, per poi proseguire con **Paolo Gianoglio** (ICIM), che ha approfondito le opportunità derivanti dal nuovo piano per la transizione 4.0 evidenziando le misure e le risorse per il 2021, il workshop ha poi affrontato le lesson learned di **Laura Consonni** (JK Group) che ha illustrato il Customer Case “MES & Smart Factory”; il tutto completato dai commenti di **Fabio Paracchini** (Alterna) e **Maria Luisa Onorato** (Microsoft). Un caloroso ringraziamento a tutto il team per gli stimoli, le idee e le esperienze rappresentate in modo incisivo e concreto. Se volete ripercorre questi temi, sul repository DUGIT trovate i materiali utilizzati nell'incontro.

E ora ci attendono tutti gli altri Tavoli Tematici che senza sosta ci coinvolgeranno tra maggio e giugno:

- **My Dynamics Support (2009-2012) and Migration: “Migrazione al Cloud: esperienze di progetto”** (11 maggio h.16:30)
- **Customer Engagement & CRM: “CRM e gestione dei dati del cliente: una questione di Compliance-GDPR”** (18 maggio h.16:30)
- **Power App & ERP: “ERP and Power Platform connected”** (25 maggio h.16:30)
- **Fiscalità & Localizzazione: “Processo di automazione fattura passiva (RPA), dalla fattura in PDF al dato in D365”** (1 giugno h.16:30)
- **Continuous Update: “Come integrare Power Automate Desktop ad RSAT per un test end to end che include le Interfacce”** (8 giugno h.16:30)

Un programma denso di novità Ti aspetta nelle prossime settimane: iscriviti e prenota il tuo posto in TEAMS.

Qui a seguire trovi il link e il QRcode per il modulo di registrazione.

<https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=rifHvmhHCka4FdsE0Ecf7-kELNVz-DxCnwJYA31qdItUNkNINlkyUjBURFVRTDR-MMzLWWDmzWTJCSca4u>



Se lo desideri puoi estendere questo invito a tuoi colleghi interessati agli argomenti in modo che anche loro potranno iscriversi.

Inoltre il **13 luglio**, nel pomeriggio, si terrà il prossimo evento **OPEN DUGIT. SAVE THE DATE**: a breve pubblicheremo l'agenda.

Vi aspettiamo numerosi ai prossimi incontri e per qualsiasi informazione non esitate a contattarci!

Beppe Ingletti

Nella community non siamo mai da soli!





VALORE per Tutti: Domanda, Offerta, Vendor!

Il “Dynamics User Group Italy” si sviluppa all'interno di AUSED grazie alla partecipazione dei Clienti, dei Partner e della stessa Microsoft, il DUGIT ha raggiunto l'obiettivo di diventare il punto di riferimento in Italia per gli Utenti delle soluzioni Dynamics di Microsoft.

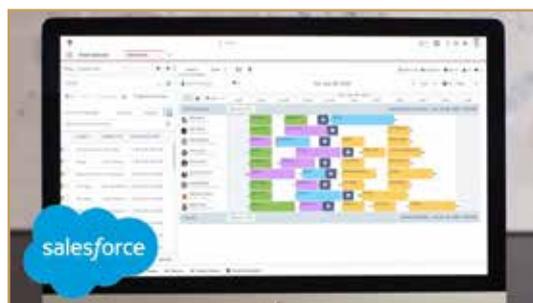
Le azioni dello User Group sono rivolte alla creazione di una comunità rappresentativa di Utenti del mercato italiano – per numerosità, idee e problematiche espresse – capace di rappresentare le istanze del mercato presso Microsoft e presso i Partner che operano sulle piattaforme.

Ad oggi, oltre ai consueti 2-3 eventi durante l'anno in cui si fa il punto sulle iniziative in corso e ci si confronta con Microsoft sulle novità di prodotto, quasi settimanalmente la community è animata da incontri e tavoli di lavoro tematici per condividere le migliori soluzioni ai problemi concreti che ci troviamo ad affrontare.



Andrea Provini

USFIT: Si rafforza l'impegno di Salesforce



Far nascere e crescere uno User Group è una impresa non semplice. Anche se stiamo parlando di una delle tecnologie e degli ecosistemi tra i più rilevanti e diffusi al mondo quale Salesforce.

Uno User Group, infatti, rappresenta tante cose: un luogo virtuale di incontro di professionisti e appassionati che condividono l'interesse per una tecnologia, il luogo dove si condividono i risultati migliori raggiunti o gli errori commessi che non vanno ripetuti, le novità di prodotto e le roadmap evolutive che traccino la strada e supportino le decisioni. Infine, è anche il luogo dove gli utenti e tutto l'ecosistema deve discutere anche di temi spinosi, commerciali e di licensing, che seppur ostici sono anche essi strumenti importanti per consolidare l'adozione e la comprensione di un ecosistema.

Da due anni USFIT cerca di interpretare tutto questo. Non è semplice, perché tenere alta l'attivazione e il coinvolgimento in uno scenario i cui tempi evolutivi sono frenetici... è tutt'altro che semplice. In questi due anni sicuramente non sono mancati i contenuti di business né quelli tecnologici... mentre un po' hanno latitato (per mancanza di tempo e di presidio) la copertura dei temi più istituzionali e anche quell'elemento di advocacy che sempre deve caratterizzare lo User Group.

Una certa responsabilità è certamente da attribuire a Salesforce stessa... che nei primi due anni di User Group non ha giocato quel ruolo di controparte che risulta fondamentale nel determinare il successo dell'iniziativa.

Il periodo pandemico, tra i molteplici problemi sociali e professionali che ha

creato... per USFIT ha giocato un ruolo di fortunata coincidenza. La presenza in Italia di Paolo Bergamo, italiano residente a Santa Monica, California, e uno dei più influenti VP di Salesforce a livello globale mi ha permesso numerosi momenti di confronto ad altissimo livello e soprattutto ha permesso a lui di condividere il grande valore e la grande motivazione che può garantire uno User Group: un valore sia per USFIT, sia per Salesforce che per tutto l'ecosistema.

Da qui la decisione di Salesforce di definire un account che avrà il compito di seguire le attività dello User Group e di facilitare la collaborazione e le azioni in corso. Carlo Arioli, Senior Solution Marketing Manager di Salesforce sarà il nostro punto di riferimento e facilitatore.

Adesso come User Group dobbiamo agire per dare sostanza alla forma: entrare in contatto con Carlo, coinvolgerlo nelle nostre molteplici attività. Dall'altra parte Carlo potrà garantire un ulteriore apporto di Salesforce allo User Group, una iniezione di competenze... la facilitazione ad accedere alle competenze di Salesforce dove sono e quando serve... oltre a colui che assieme a Salesforce cercherà di ampliare la platea di chi allo User Group possa interessarsi.

Non è un compito facile, considerando che spesso in Salesforce i principali utenti non sono persone IT, ma la sfida è appena iniziata e Carlo, dopo i primi incontri che stanno già portando interessanti frutti in un progetto con la LIUC di Castellanza, sembra avere l'entusiasmo e la competenza giusta.

Ad Majora.

Andrea Provini



“Diamo voce ai CIO”

IL WEBINAR DI AUSED SULLA VOCE

“Diamo voce ai CIO” è stata un’idea di Andrea Provini. Ricordo bene il suo vivo interesse per i temi che gli stavo esponendo, quando ci siamo incontrati per la prima volta, un paio di anni fa: la voce non è solo discorso, gli dicevo, la voce è anche suono, e il suono della voce ha un significato enorme per la comunicazione! Mesi prima avevo avuto un’intuizione: la tecnica vocale, in particolare quella del canto lirico con cui mi misuravo da tanti anni, poteva essere applicata anche alla voce parlata e avrebbe potuto contribuire a migliorare il public speaking di tanti professionisti. L’idea lo entusiasmo e pensò di farne un corso per gli associati Aused.

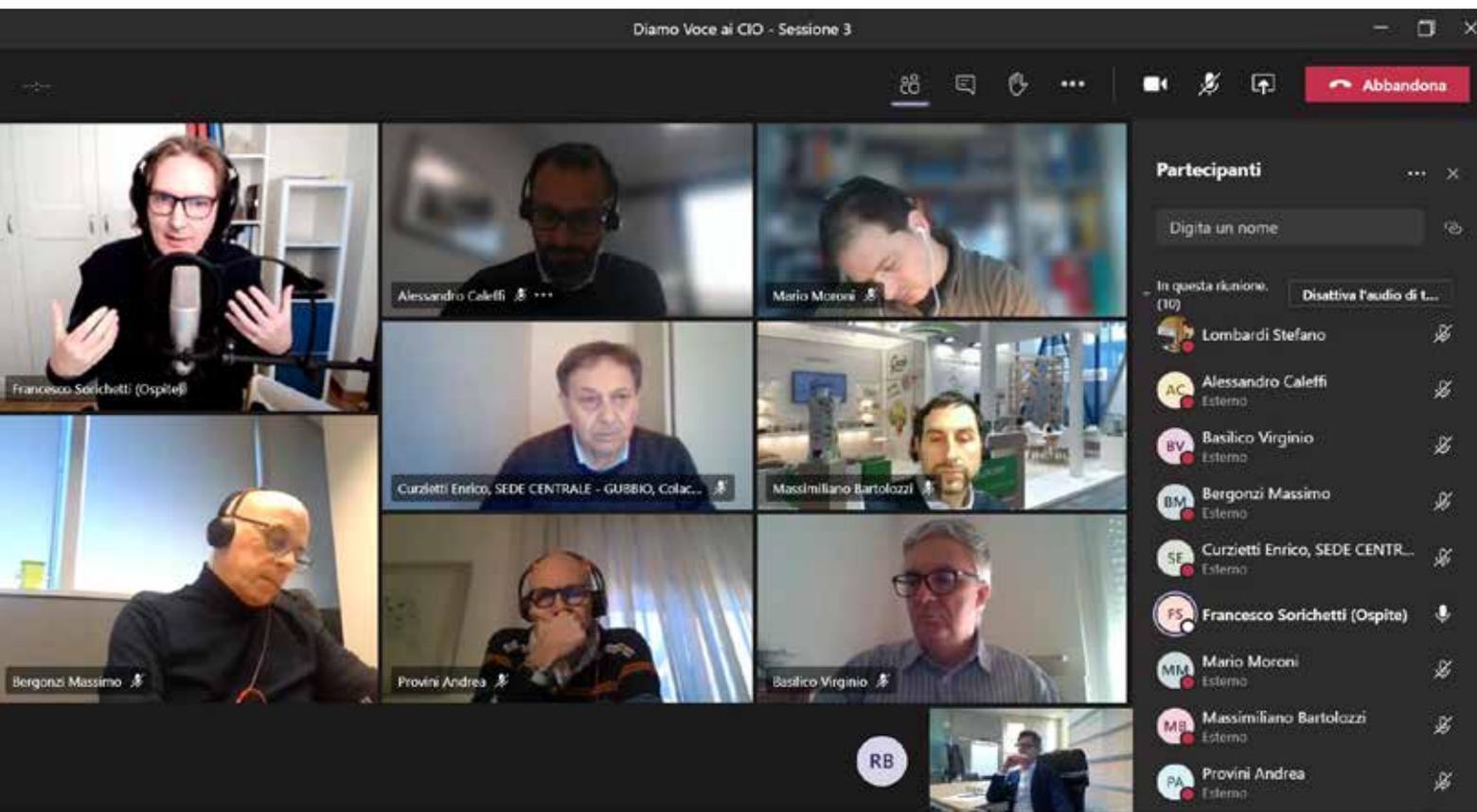
Prima però ci fu l’evento “UnCONVENTIONale Aused” nel novembre 2019, in cui fui invitato a parlare dell’importanza della voce. In quell’occasione, davanti a una folta platea, illustrai con esempi dal vivo le insospettite possibilità sonore della voce, non soltanto della mia, ovviamente, abituata ad allenamenti quotidiani, ma di ogni voce. La maggior parte delle persone, spiegai, usa la voce al minimo delle sue possibilità, andando così incontro a stanchezza e impoverimento del timbro. Grazie alla tecnica, cominciando a respirare

più profondamente e a sostenere i suoni, la voce può migliorare e risultare subito più timbrata, più sicura, più sonora. I benefici sono molti e su più fronti: efficacia, sicurezza personale, resistenza, benessere, maggiore ascolto... Il tema suscitò molto interesse e sembrava proprio che la cosa dovesse avere un seguito. Poi però arrivò il Covid, e tutto andò in standby.

Col passare dei mesi, tuttavia, la forza del progetto prevalse. Un giorno ricevetti una telefonata da Provini in cui veniva invitato a pianificare una serie di incontri online attraverso i quali concretizzare l’idea lasciata in sospeso. Era già pronto anche il titolo: Diamo voce ai CIO!

Nel giro di poche settimane i primi due gruppi di otto partecipanti erano formati e le date già fissate sul calendario. Dopo pochi giorni, grazie all’interesse suscitato, i gruppi erano diventati tre.

Ma come strutturare i corsi, dal punto di vista dei contenuti? La volontà era quella di proporre un momento di vera formazione, di crescita professionale effettiva. Per questo decidemmo di non limitarci a delle sessioni di gruppo, ma di aggiungere degli incontri one-to-one nei quali ognuno



avrebbe potuto ulteriormente approfondire gli aspetti peculiari della propria voce. Il piano era perfetto: due webinar collettivi più un training individuale, il giusto spazio, non troppo lungo, sufficientemente vario e articolato, stimolante.

Certo però il progetto rimaneva comunque una sfida: l'argomento sarebbe stato compreso in tutta la sua portata? A noi era chiaro che un mezzo espressivo importante come la voce meritasse un approfondimento, ma sapevamo anche che l'uso della voce rimane per molti un fatto istintivo e forse scontato. Io, in particolare, che nel mio percorso con la voce ho dovuto misurarmi con tante resistenze e superare tanti limiti, sapevo bene quanto tutti possono migliorare, perché avevo vissuto la mia personale trasformazione. Ma chi non ha mai cantato, chi non

ha mai fatto teatro, chi usa la voce soltanto per parlare nell'ambito della propria professione in azienda, sarebbe riuscito a cogliere questa opportunità? E come avrebbero reagito i partecipanti, pur essendo dei CIO, di fronte a un lavoro così specifico e tecnico, lontano dal loro settore di studi e di lavoro, e nel quale tra l'altro si trattava anche di mettersi in gioco ed esporsi davanti a colleghi?

Il giorno d'inizio intanto si avvicinava. Era lo scorso dicembre. Mancava ancora il prezioso check tecnico con Stefano Lombardi, che ringrazio ancora anche per l'organizzazione di tutte le varie sessioni, e poi sarei stato pronto ad accogliere i partecipanti associati Aused. Quando arrivarono, fin dal primo incontro, fu evidente la loro grande disponibilità e l'interesse via via crescente.

La sorpresa non fu tanto mia, che conoscevo bene il potere aggregante della voce e la sua capacità di sorprendere e conquistare, quanto dei partecipanti stessi, come qualcuno ha poi confessato. Fin dai primi esercizi, dedicati al respiro, ho visto questi grandi professionisti cimentarsi con grande impegno e sincera curiosità in qualcosa che per molti era del tutto nuovo e inconsueto. E i risultati non hanno tardato a manifestarsi: chi grazie a un nuovo modo di respirare si sentiva più rilassato, chi iniziava a cogliere nella propria voce una maggiore profondità e volume, chi apprezzava il trovarsi insieme a colleghi che prima di allora conosceva solo superficialmente. Nella seconda sessione, poi, la partecipazione e la socialità sono persino aumentate, con uno spirito che ha consentito a tutti di far uscire la voce senza riserve. Il suono della voce è personale, si sa. È unico, ma soprattutto nostro. Per questo, lavorare sulla voce diventa un mettersi in gioco, aprirsi al cambiamento, uscire dalla zona di comfort. Sono questi aspetti che rendono il training vocale così coinvolgente e formativo.

Le sessioni individuali, svoltesi nei giorni successivi, sono state l'occasione per avventurarsi ancora di più in zone della voce inesplorate, con modalità espressive in molti casi mai percorse prima. C'è stato anche chi ha cantato! Questi momenti one-to-one sono stati davvero speciali, sorprendenti, ma forse io sono di parte. Il piacere che provo nel sentire una voce crescere fa parte di una deformazione professionale. Quando percepisco la soddisfazione di chi scopre nella propria voce nuovi colori e nuove possibilità torno indietro con la memoria ai miei studi, all'infinita ricerca del suono, della tenuta, dell'espressione, riaffiora il ricordo di chi a suo tempo mi ha aiutato e guidato, ispirandomi allora come

ancora oggi nell'attività di formazione.

“Diamo voce ai CIO” è stato un successo completo, una di quelle iniziative belle, utili ma anche, a mio parere, illuminate. Questo webinar infatti rappresenta un esempio virtuoso, non soltanto per tutte quelle associazioni che hanno a cuore la crescita delle persone e la qualità dei contenuti proposti, ma anche per le aziende, le quali farebbero bene a credere e investire di più negli strumenti “espressivi” di chi lavora con loro.

Nella qualità della voce è contenuto l'ascolto, lo scambio, la manifestazione di sé e l'accoglienza dell'altro. La voce non si esaurisce nelle parole, nei contenuti razionali che esprime e nemmeno nel tono di voce: la voce “parla” anche attraverso il suo suono, che viene prodotto dentro di noi e appartiene alla nostra identità.

In Aused a maggio partirà una nuova edizione di “Diamo voce ai CIO”, alla quale in futuro seguiranno ulteriori iniziative sulla voce, magari anche in presenza. Io sono pronto, ma intanto approfitto per salutare e ringraziare, oltre a chi ha reso possibili questi bellissimi corsi, tutti i CIO con i quali ho già avuto il piacere e la soddisfazione di lavorare insieme, trascorrendo ore davvero produttive e divertenti.



L'iterazione sociale a livello privato, lavorativo e pubblico sta inesorabilmente cambiando. Come tutti, anche i circuiti bibliotecari ne sono coinvolti fortemente e CSBNO, sensibile da subito alle nuove esigenze, si è attrezzato per reinventare in online tutte le attività culturali affiancando nuove idee ai servizi della biblioteca digitale già esistenti. Ecco alcuni significativi esempi:

- **Formazione personale, hobbistica e del tempo libero:** È stata ampliata e adattata per una platea remota interattiva e più stimolata da nuove opportunità di apprendimento. I corsi sulle lingue orientali, costruiti per l'occasione, ne sono un esempio lampante.

- **I Percorsi d'Arte:** ii è provveduto alla sostituzione dei percorsi dal vivo (gite d'arte, mostre ed eventi ecc...) con dei contributi digitali prodotti con filmati in cui l'illustrazione è accompagnata da sottofondi musicali e ambientazione di grande effetto. Sono nate così le "Note d'Arte", che hanno riscosso particolare successo, su personaggi storici/artistici/musicali, luoghi d'interesse e momenti/eventi della nostra memoria collettiva, oltre alle spiegazioni e interpretazioni musicali di brani capisaldi della grande tradizione

operistica/concertistica (Vivaldi, Bach, Beethoven...) del Maestro Ruggero Cioffi, responsabile artistico del CSBNO.

- **Gruppi di lettura:** la passione del leggere si è trasferita, dal rituale momento di presenza presso la biblioteca, in incontri on line tra i lettori e gli scrittori per scambiarsi impressioni e commenti sul lavoro del libro presentato e sulla storia dello scrittore.

Lo sforzo del sistema bibliotecario, con cui AUSED offre ai propri associati le iniziative culturali proposte, è stato indubbiamente notevole e la risposta che ne è seguita da tutti i lettori e appassionati del Portale CSBNO ha ricambiato pienamente l'impegno profuso. Alcuni dati sul periodo gennaio-novembre 2020: accessi +145%, consultazioni +106%, prestiti digitali +230%, utenti digitali +147%. Da segnalare poi l'incremento registrato dalla Biblioteca Virtuale AUSED, che ha visto nel 2020 quasi 1.000 consultazioni fra edicola e libri digitale con oltre 150 prestiti di e-book. In conclusione, ecco ora la tradizionale proposta di lettura di AUSED/CSBNO.

Gilberto Fucili e Stefano Colombini

LA PROPOSTA, DA BIBLIOMANAGEMENT DI CSBNO

Fredrik Backman **L'uomo che metteva in ordine il mondo**



Il romanzo che ha conquistato i lettori di tutto il mondo. Il racconto di come siamo alla ricerca della "perfezione" e come un evento può sconvolgere la vita "programmata": una metafora scritta per la nostra contemporaneità. È la storia di Ove: ha 59 anni. La gente lo chiama "un vicino amaro come una medicina" e in effetti lui ce l'ha un po' con tutti nel quartiere: con chi parcheggia l'auto fuori dagli spazi appositi, con chi sbaglia a fare la differenziata, con la tizia che gira con i tacchi alti e un ridicolo cagnolino al guinzaglio, con il gatto spelacchiato che continua a fare la pipì davanti a casa sua. Ogni mattina alle 6.30 Ove si alza e, dopo aver controllato che i termosifoni non stiano sprecando calore, va a fare la sua ispezione poliziesca nel quartiere. Però qualcosa nella sua vita sembra sfuggire all'ordine per perdersi in una caotica imprevedibilità. Così Ove decide di farla finita, ma anche in Svezia accadono imprevisti che mandano a monte i piani: l'arrivo di una nuova famiglia di vicini e subito fa esplodere tutta la sua vita regolata. Ove deve riconsiderare tutti i suoi progetti e, forse, questa nuova vita imperfetta, caotica, ingiusta potrebbe iniziare a sembrargli non così male...

Mondadori, 2014

Altri due consigli di lettura

"Comunicare – Managerialità e tecniche attoriali" di Ettore Cibelli - Giampaolo Bruni - Marco Ballerini, Booksprint, 2020

"Adorazione" di Alice Urciuolo, 66thand2nd, 2020



Per informazioni sul progetto imprese CSBNO e per la Biblioteca Digitale contattare la segreteria AUSED.

Socio Sostenitore Errevi System

La voce del Partner

Francesco Baroncini è Information Technology Advisor di Errevi System, azienda ICT nata nel 1997 e oggi punto di riferimento per grandi aziende e pubbliche amministrazioni per l'implementazione di infrastrutture ICT complesse, per il mondo della Cyber Security e per soluzioni software in grado di facilitare la collaborazione tra i soggetti impegnati nei diversi processi aziendali. Laureato in Ingegneria Informatica, Baroncini avvia la sua carriera come consulente per HP Italia per poi ricoprire diversi ruoli di responsabilità all'interno di grandi aziende del panorama IT italiano, contribuendo al contempo alla nascita di nuove realtà imprenditoriali in ambito Cloud. Oggi è inoltre a capo della filiale lombarda di Errevi System, con il compito di gestire e ampliare il parco clienti del Nord Italia, ed è membro del consiglio SIM dell'Associazione Nazionale di Impiantistica Industriale.



FRANCESCO BARONCINI
Information Technology Advisor
Errevi System



Raccontaci di te e della tua azienda.

Sono approdato in Errevi System nel 2015 come responsabile della filiale di Milano, con l'obiettivo di sviluppare il territorio e far conoscere l'azienda, che vantava già una fortissima presenza lungo tutta la via Emilia, ma anche in Lombardia, Veneto e nelle regioni limitrofe. Oggi Errevi System è un player riconosciuto a livello nazionale, che supporta la business transformation nelle aziende private e pubbliche del paese, attraverso l'uso di strumenti digitali. Grazie all'elevata preparazione tecnica dei nostri team, Errevi System riesce a coniugare le competenze tecnologiche con quelle applicative, forte dei suoi 24 anni di esperienza sul mercato dell'Information Technology.

Alla nostra realtà si affidano più di oltre 350 aziende, per lo più aziende medio-grandi, per essere supportate nella gestione della loro complessa architettura infrastrutturale e applicativa, in modo da poter affrontare senza rischi le sfide di trasformazione imposte dalle nuove strategie di business come risposta al



al post-pandemia, dove le aziende si devono adattare per poter essere competenti sul mercato e non essere schiacciate dalla crisi generata dal COVID-19.

Come avete conosciuto Aused e perché avete scelto di associarvi?

Conosciamo Aused e ne riconosciamo il grande valore come punto di riferimento dei CIO delle aziende italiane. Abbiamo deciso di associarci per poter contribuire, nel nostro piccolo, con la nostra esperienza alla comunità che l'associazione negli anni è riuscita con grande impegno a costruire ed estendere il nostro network. La nostra vocazione consulenziale ci porta a non essere vendor-oriented, per questo riusciamo a supportare le aziende nel loro percorso evolutivo diffondendo le best practices del settore e ricercando le migliori tecnologie disponibili sul mercato per le specifiche esigenze. Questo ci è sembrato lo spirito con cui anche Aused si propone, ci è piaciuto e siamo saliti a bordo.

.....

«Conosciamo Aused e ne riconosciamo il grande valore come punto di riferimento dei CIO

Quali sono i momenti che preferisci in associazione e quelli che... cancelleresti?

Siamo entrati in Aused poco prima dell'inizio della pandemia e per questo, purtroppo, non abbiamo potuto partecipare agli innumerevoli momenti di confronto e networking in presenza che solitamente l'associazione organizza e che sicuramente sono i più interessanti e for-

mativi. È vero però che, anche durante la pandemia, Aused è stata e continua ad essere molto attiva, è riuscita a mantenere una costante relazione tra gli associati utilizzando al meglio le piattaforme digitali. I momenti di confronto (in versione online) non sono mancati, anzi sono stati anche molto produttivi.

.....

«... anche durante la pandemia, Aused è stata e continua ad essere molto attiva.»

Quali sono le novità attese da Errevi System per il 2021?

Sicuramente la ripresa post pandemica, sono certo che le aziende abbiano raggiunto una forte consapevolezza di quanto sia importante dotarsi di soluzioni tecnologiche e applicative che diano elasticità e velocità di esecuzione, per far fronte a cambiamenti anche repentini. La nostra sfida è quella di far conoscere il modello di flessibilità e agilità basato su architetture service oriented e strumenti di sviluppo e integrazione low code e zero code, dove il tutto tende a favorire una maggiore integrazione tra le nuove tecnologie e le persone.

Pensiamo che sia questa la chiave di successo per canalizzare al meglio le opportunità di innovazione che i fondi del PNRR (Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza) proporranno come opportunità nel prossimo futuro. Ci prepariamo ad affrontare quella che vogliamo definire "Industria 5.0".



AUSED in rete

AUSED è presente in rete con un sito istituzionale e su diversi Social Network. Vienici a trovare online! Di seguito i link di riferimento:
Sito web: www.aused.org - **LinkedIn:** <https://www.linkedin.com/company/used-org/>
LinkedIn Telefono Amico: <https://www.linkedin.com/groups/12501013/>



LinkedIn company page di AUSED

Invitiamo tutti i lettori a seguire la company page di AUSED dove vengono pubblicate tutte le novità, gli eventi e le informazioni dell'associazione.

Per seguire AUSED dal tuo account LinkedIn è sufficiente accedere alla company page <https://www.linkedin.com/company/used-org/> e cliccare su segui/follow.

Oppure accedi dal tuo smartphone con il seguente QR Code e di seguito clicca su segui/follow in alto a destra.



Telefono Amico su LinkedIn

Il servizio AUSED di Telefono Amico è ora disponibile direttamente dalla piattaforma di LinkedIn. Potete seguirlo dal link <https://www.linkedin.com/groups/12501013/>



Nuovo sito AUSED

Da qualche settimana è online il nuovo sito AUSED. Molte le novità, come lo spazio blog, ricco di notizie, in cui gli stessi associati possono contribuire. Una nuova area è stata predisposta per ospitare i video, così come è possibile navigare nei profili delle aziende sponsor. Dalla pagina che ospita AUSED INFORMA è ora possibile sfogliare direttamente online l'ultimo numero del nostro magazine. Lo stesso sistema è stato implementato per poter sfogliare online anche l'ultima edizione di "Vite Parallele". Queste e molte altre novità vi attendono su www.aused.org



Non sei ancora socio?

Questo è il momento migliore per iscriversi. La nostra associazione si sta ampliando sempre di più ed è lieta di offrire ai propri associati moltissimi servizi utili a tutti i professionisti dell'ICT: Seminari sull'ICT, Workshop, Convegni, Round Table Lunch & Dinner con i player di mercato, "Telefono Amico", Link Management, Notiziario associativo on-line e Newsletter. Per aderire contattare il 345 255 9509.

AUSED: associazione di aziende

Vogliamo ricordare a tutti i nostri Associati che le manifestazioni AUSED sono aperte, anche in numero plurimo, ai Collaboratori/Collegli del Referente per l'Associazione interessati ai temi trattati, ovviamente del comparto ICT e anche, con molto piacere, di altri comparti aziendali. Di ciò l'Associazione ne fa una caratteristica peculiare in quanto Associazione di Aziende, e sprona gli Associati ad utilizzare questa possibilità che ci evidenzia in modo unico nel panorama Associativo.



AUSED INFORMA

Anno XVII - Numero 68

Bollettino informativo gratuito dell'Associazione AUSED



www.apsed.org