

pianeta hi-tech

È in arrivo Willeasy la piattaforma italiana dedicata all'inclusione

La mission. L'app permetterà alle persone con esigenze specifiche di trovare gli eventi e le strutture attrezzate per le loro necessità

CYBERSECURITY

**A trent'anni
da "Michelangelo"
il webcrime
è ricco e sofisticato**

Il 4 febbraio scorso è stato il trentesimo anniversario della scoperta del virus informatico *Michelangelo*.

E' stato un evento particolarmente significativo nella storia della cybersecurity perché nessun virus in precedenza aveva spinto il pubblico a pensare alla sicurezza come accadde in quell'occasione.

Michelangelo era una variante di un virus "boot sector", un malware che modificava il processo di avvio dei computer dell'epoca.

Si diffuse tramite floppy disk e fu, curiosamente, chiamato Michelangelo perché rimase dormiente sulle macchine infette fino al 6 marzo 1992, data del compleanno del famoso pittore, quando iniziò a danneggiare sistemi e dati.

«Agli inizi degli anni 90 per poter rimuovere i virus era necessario operare manualmente. Era un gioco a incastro e un passo falso poteva far "morire" il computer, senza più alcuna possibilità di riavvio», commenta Greg Day, VP & Cso, Emea di Palo Alto Networks, che aggiunge: «Come si è evoluto il crimine informatico dai tempi di Michelangelo? Era davvero un'epoca diversa, basti pensare che gli aggiornamenti venivano inviati fisicamente su disco ogni tre mesi. Anche la motivazione dietro un attacco era diversa. Inizialmente gli hacker volevano dimostrare le loro abilità ed evidenziare le lacune di sicurezza. Mentre ora sono predominanti gli interessi economici».

Il crimine informatico è a tutti gli effetti un business redditizio. Gli hacker utilizzano tecniche sempre più sofisticate e per questo la sicurezza deve essere all'altezza».

«Trent'anni dopo, le organizzazioni hanno superfici di attacco molto più ampie da proteggere. Per rimanere in prima linea, le aziende specializzate in sicurezza devono investire in piattaforme tecnologiche che rendano più semplice la protezione dell'intera infrastruttura - spiega Day -. Devono avere visibilità sull'intero ambiente aziendale. E disporre di soluzioni di sicurezza facili da implementare e gestire. E' necessaria, inoltre, l'automazione per massimizzare l'efficienza e consentire ai dipendenti di concentrarsi su minacce più complesse e gravi».

Arriverà sul mercato nel primo trimestre del 2021 Willeasy, la prima piattaforma italiana dedicata all'inclusione. Che permette alle persone con esigenze specifiche (dovute a disabilità, età avanzata, allergie/intolleranze alimentari, viaggiatori con animali etc.) di trovare gli eventi e le strutture attrezzate per le loro necessità. Come ristoranti, hotel e musei.

Nel frattempo, la startup innovativa a vocazione sociale, fondata a Udine nel 2018 da William Del Negro, ha lanciato una campagna di equity crowdfunding su CrowdFundMe. Willeasy, che sta realizzando un algoritmo proprietario, un'app per la rilevazione e la gestione dei dati, disponibile per tutti i dispositivi mobili e un motore di ricerca per trovare il posto più adatto alle proprie necessità, viene incontro alle esigenze di 20 milioni di persone in Italia (stima dell'azienda basata su dati Istat e Doxa) e 1,2 miliardi nel mondo. Che hanno problemi di movimento e che spesso rinunciano a un'esperienza (andare in vacanza, partecipare a un evento, visitare un museo, andare al ristorante). Soltanto perché non trovano le informazioni di cui hanno bisogno. L'algoritmo (proprietario) di Willeasy, in corso di realizzazione in collaborazione con enti universitari, sarà in grado di calcolare un punteggio di compatibilità individuale e le strutture presenti nell'ecosistema. Willeasy punta a diventare leader nella fornitura di informazioni sull'accessibilità di luoghi ed eventi. Creando un database a cui potranno accedere anche terze parti o i big del web delle prenotazioni online. Per migliorare i propri servizi e implementare nuovi filtri di ricerca basati sull'accessibilità.

L'analisi aggregata delle ricerche effettuate dagli utenti in base alle loro

esigenze di accessibilità genera un grande valore economico. Per la fornitura di consulenze ad imprenditori del settore turistico ricettivo.

Gli obiettivi economici stimati dell'azienda friulana puntano a raggiungere entro il 2024 un fatturato di oltre 7 milioni di euro con un Ebitda di 1,7 milioni (pari al 24% circa del fatturato). Inoltre, il valore della startup, secondo una stima basata sui dati previsionali a 4/5 anni del business plan e sul moltiplicatore medio del settore Online Services pari a 19,63, può arrivare in un range compreso tra 15 e 30 milioni di euro. Willeasy, scelta e premiata dal parco tecnologico Friuli Innovazione, a ottobre 2020 ha ricevuto dalla ministra del Lavoro e delle Politiche sociali, Nunzia Catalfo, il premio Top of the PID - IGF 2020 di Unioncamere. E pochi giorni fa ha siglato un accordo con CleanBnB, leader italiano negli affitti brevi online (oltre mille strutture gestite). Che permetterà di valutare la compatibilità di un alloggio con le necessità di accessibilità e fruibilità di una persona. La startup ha poi avviato una collaborazione con il Consorzio Lignano Holiday, patrocinato anche dal Comune di Lignano Sabbiadoro.

Per la mappatura delle strutture alberghiere della località turistica e l'integrazione con il portale web del consorzio. E ha stretto partnership con importanti imprese immobiliari e di costruzioni per lo sviluppo di un sistema di valutazione dell'accessibilità di immobili. I capitali raccolti nella campagna di equity crowdfunding su CrowdFundMe, che terminerà entro fine marzo, con un primo obiettivo economico di 50mila euro, saranno impiegati per incrementare gli ambiti di risorse umane, ricerca e sviluppo, marketing e gestione aziendale.



IL TABELLONE KASPERSKY IN NUOVA ZELANDA

**Safer Tomorrow aiuterà
le persone a decifrare il futuro**

Kaspersky ha lanciato la piattaforma Safer Tomorrow, per rispondere ad alcune delle principali domande che l'umanità si pone riguardo il futuro. La piattaforma è alimentata da una rete neurale predittiva, sviluppata dall'agenzia pubblicitaria internazionale Bbdo. Le previsioni giornaliere vengono selezionate e visualizzate su un tabellone pubblicitario che trasmette in diretta streaming, situato sulla costa orientale della Nuova Zelanda. L'azienda di cybersecurity segue da vicino i trend e le previsioni in ambito tecnologico al fine di comprendere ciò che ci riserva il futuro e come sviluppare una protezione adeguata.

Questi riferimenti includono libri e riviste di fantascienza, media e blog selezionati. Utilizza anche insight provenienti da Earth 2050 - il progetto interattivo di Kaspersky che fornisce un'immagine futuristica di come sarà il mondo tra 30 anni.

«Avere finalmente una risposta a queste domande ci farebbe sentire più sicuri, preparati e fiduciosi. Kaspersky crede in un futuro luminoso in cui la tecnologia aprirà molte strade importanti e un numero ampio di possibilità ancora impensabili per l'umanità. Abbiamo creato la piattaforma Safer Tomorrow per aiutare le persone a decifrare il futuro, facendole sentire più sicure riguardo le opportunità che si prospettano» afferma Andrew Winton, vice president del Global Marketing presso Kaspersky.

Il tabellone si trova a Castlepoint Station lungo la costa Wairarapa in Nuova Zelanda. L'installazione sarà visibile al pubblico fino al 25 febbraio, dopodiché verrà rimossa. La struttura è stata progettata prendendo tutte le precauzioni possibili per l'ambiente. Infatti, sono stati utilizzati materiali sostenibili che verranno riciclati dopo lo smantellamento. Lo schermo a Led sarà attivo 24/7 e mostrerà brevi previsioni sul futuro. Secondo Kaspersky, maggiore è il numero di persone che si interessa al futuro e ai probabili sviluppi della società e della tecnologia, e più alte saranno le probabilità di fare previsioni e costruire un futuro migliore e più sicuro. Grazie alla piattaforma Safer Tomorrow, chiunque, da qualsiasi parte del mondo può ottenere delle risposte ai più comuni interrogativi sul futuro, come ad esempio "quando le auto volanti diventeranno di uso comune?" o "di cosa sarà capace la stampa 3D entro il 2050?" Per rimanere aggiornati su queste previsioni è possibile collegarsi al sito www.safer tomorrow.online. La rete neurale, sviluppata appositamente per la piattaforma, utilizza le più avanzate tecniche e architetture di machine learning. L'algoritmo analizza le richieste e a fornisce previsioni basate su dati raccolti da centinaia di migliaia di fonti correlate.

Un algoritmo batte postino e corriere: in Europa consegne in 24 ore

Si accorcia la filiera delle vendite: ecco come la merce arriverà rapidamente nei principali marketplace

DANIELE DITTA

PALERMO. Un'agenzia che si fa carico delle procedure burocratiche per consegnare un prodotto venduto online entro 24 ore in tutta Europa. Digital Distribution, la business unit di Velvet Media nata per accorciare la filiera delle vendite, sfrutta un algoritmo che consente di distribuire rapidamente la merce nei magazzini dei principali marketplace. Un nuovo modo di aiutare le aziende nelle spedizioni, attraverso una rete di filiali commerciali presenti in sette nazioni europee: Italia, Spagna, Gran Bretagna, Germania, Francia, Repubblica Ceca e Polonia.

Oggi il 49% delle vendite online avviene nei marketplace e di queste il 43% è attribuito ad Amazon, seguito da Ebay col 5%. Per tradurlo in cifre a livello europeo, Amazon oggi fa circolare merce per un valore di 290 miliardi di dollari e tutti gli altri competitor messi assieme valgono 47 miliardi (ossia il 16% del totale). I



primi sette marketplace per volume di affari sono generalisti. Solo Zalando, che ha focus sull'abbigliamento, riesce a competere in questa classifica (senza dimenticare che il 36% degli acquisti online riguarda il settore moda).

Dunque, il mercato online è sempre più in via di espansione, ma spesso le aziende faticano ad accedere alla piazza virtuale delle vendite in tutta Europa per problemi

burocratici. Innanzitutto, la gestione dei rapporti con Amazon è complessa: riuscire a consegnare in 24 ore implica la presenza della merce direttamente nei centri logistici del colosso della distribuzione. Non solo: servono partite Iva in ogni nazione, sopra alcune soglie è obbligatorio rispettare i regimi fiscali degli altri Stati con commercialisti capaci di gestire i flussi trimestrali di pagamenti sulle imposte al consumo locali. Quindi, l'esperienza di vendita online delle aziende si ferma spesso a qualche maldesto tentativo, che raramente porta a risultati ottimali.

«Per rispondere a questa crescente esigenza - annuncia Bassel Bakdounes, titolare di Velvet Media - abbiamo pensato di accorciare la fi-

liera delle vendite, passando direttamente dal produttore al consumatore. Finalmente chi vende online non avrà più nessun impedimento tecnico o logistico per raggiungere tutta Europa in poche ore».

Per raggiungere questo scopo, Velvet Media ha deciso di aprire Digital Distribution, che darà ai produttori il vantaggio di ridurre praticamente a zero i costi fissi. L'impresa infatti dovrà versare solo una percentuale sul valore della merce venduta. «Il cliente ci affida la merce e noi la collochiamo in vendita in modo oculato nei marketplace più adatti - spiega Simone Tresoldi, ex consulente e partner nelle vendite Amazon -. Grazie alla nostra rete europea garantiamo consegne immediate, saltando così nella filiera distributori e rivenditori e garantendo un margine maggiore al produttore. Controlliamo anche i prezzi in tempo reale, per essere sempre competitivi, con appositi comparatori di valore».