

Rubriche

- [Web e diritto per le nuove tecnologie](#) a cura di Giovanni Scotti
- [Web prodotti & novità](#) a cura di redazione Marketpress
- [Web & beauty flash](#) a cura di redazione
- [Web alimentazione & benessere](#) a cura di Franca Scotti
- [Web moda & tendenze](#) a cura di redazione Marketpress
- [Web turismo & tempo libero](#) a cura di Rosangela Castelli
- [Geni e Genoma](#) a cura di redazione Marketpress
- [Euro indicatori](#) a cura di Cinzia Boschiero
- [Politica estera](#) a cura di Alessandra Dal Ri

Utilità

- [Segnala Marketpress](#)
- [Segnala una news](#)
- [Link](#)
- [Piccolo vocabolario](#)
- [Frase importanti](#)
- [Aziende Net Economy](#)
- [Personaggi Net Economy](#)

Chi è on-line

Ci sono 16 visitatori e 1 utente on-line

Sei un visitatore.

suoi colleghi riusciranno a trovare volontari a sufficienza per dare vita a una colonia ubicata a 384.400 km di distanza dal pianeta Terra. Posto di fronte al fatto che l'ambiente lunare non sarebbe particolarmente stimolante per gli abitanti, ha affermato che la colonia sotterranea avrebbe le proprie zone agricole, che potrebbero fungere da parchi. Se verranno reperiti i necessari finanziamenti, nel 2006 inizierà lo studio di fattibilità, cui seguirebbe un dimostratore di sistema che rimarrebbe in funzione dal 2009 al 2012 sulla Terra. La fase successiva sarebbe rappresentata dalla creazione di un validatore terrestre posto sulla luna, dal 2013 al 2019, mentre la fase di costruzione e di immigrazione si estenderebbe dal 2018 al 2024. La colonia lunare autosufficiente diventerebbe pienamente operativa nel 2025. <http://www.moon-isru.com> <http://www.Smart.hv.se>

ARRIVA CONSCIS, IL ROBOT IMITATORE

Roma, 20 marzo 2006 - Macchine che imitano i comportamenti umani, un po' come fanno i bambini. E' questa l'ultima sfida, affrontata dalla ricerca Cnr nel campo della robotica moderna, che si sta orientando sempre più verso "l'umanizzazione della macchina", cercando cioè di prevedere modalità di interazione con l'uomo sempre più semplificate e naturali. Da una parte si punta sull'apparenza "verosimile", costruendo sia robot antropomorfi (umanoidi), sia robot dalle fattezze di animali capaci di movenze ed espressioni sempre più sofisticate e raffinate. Contemporaneamente, si cerca di fornire i robot di software in grado di simulare alcune delle caratteristiche che sono ritenute fondamentali per un comportamento "intelligente": rappresentazione interna del mondo attraverso le percezioni e differenti livelli di astrazione, utilizzo di varie forme di linguaggio e di canali di comunicazione, capacità di apprendimento, pianificazione ed interazioni sociali, modulazione dei comportamenti attraverso opportuni stati emotivi. "Così come i bambini imparano a coordinare le varie parti del corpo dall'imitazione ripetuta dei movimenti, allo stesso modo il robot, 'imitando' e osservando l'uomo, può riuscire ad eseguire azioni simili attraverso le proprie componenti meccaniche", spiega Ignazio Infantino, ricercatore dell'Istituto di calcolo e reti ad alte prestazioni (Icar) del Consiglio nazionale delle ricerche che ha sviluppato il sistema Conscis in collaborazione con il Dipartimento di ingegneria informatica dell'Università di Palermo. "Il nostro sistema è basato sul principio degli 'spazi concettuali', cioè rappresentazioni geometriche che permettono di 'trattare' la conoscenza che scaturisce dalle percezioni della macchina, gestendola in modo da definire piani di azione, immaginarne le conseguenze, descrivere la propria attività". Mentre alcuni sistemi di robotica puntano sulla imitazione della fisicità umana, insomma, quello dell'Icar-cnr si basa sulla psicologia. "Le potenzialità del sistema - che cerca di integrare quelle capacità imitative tipiche dell'intelligenza nei sistemi robotici antropomorfi - sono legate ad un modello interno versatile che tiene conto dell'ambiente in cui il robot agisce, in modo da avere descrizioni da molteplici punti di vista: il robot può agire in modo 'istintivo' e automatico a certi stimoli sensoriali (comportamento reattivo), ovvero cercare di comprendere ed analizzare il contesto per agire secondo criteri 'intelligenti' (comportamento cognitivo)", continua Infantino. Le sperimentazioni sono state effettuate su un sistema composto da un braccio robotico industriale e da una mano robotica antropomorfa, "investigando sulle capacità imitative nell'esecuzione di compiti di manipolazione ed interazione con l'utente umano attraverso la gestualità". La tematica dell'Imitation learning (o Learning by demonstration) nell'ambito della robotica è attualmente considerata ricca di potenzialità ed è oggetto di investigazione da parte di vari gruppi di ricerca nel mondo. Il ruolo svolto dai ricercatori di Palermo in tale ambito è considerato dalla comunità scientifica internazionale estremamente significativo. Il sistema Conscis è stato presentato al primo simposio europeo sulla robotica (European Robotics Symposium, Euros-06, svoltosi a Palermo da oggi 16 marzo fino al 18 marzo proposto dalla rete di eccellenza Euron (European robotics research network). La manifestazione ha trattato degli ultimi sviluppi della ricerca e dei sistemi robotici impiegati in vari scenari applicativi.

GRUPPO DADA: APPROVATI I RISULTATI DEL 2005 RICAVI A €69,9 MLN (+45% RISPETTO AL 2004), EBITDA A €12,7 MLN (+108%), UTILE NETTO A €7,2 MLN FORTE CRESCITA DELLE ATTIVITA' INTERNAZIONALI

Firenze, 20 marzo 2006 - Il Consiglio di Amministrazione di Dada S.p.a. (Mtax Star: Da.mi), presieduto da Paolo Barberis, ha approvato il 16 marzo all'unanimità il progetto di bilancio civilistico e consolidato al 31 dicembre 2005. L'esercizio 2005 ha confermato la leadership di Dada in Italia nel mercato dei servizi di community e di entertainment fruibili dall'utente finale sia via web, attraverso il pc, sia via cellulare, nell'ottica della convergenza tra i media e dell'adesione ai principi del cosiddetto Web 2.0, che pone al centro della Rete le persone con i loro contenuti, le loro informazioni e le relazioni tra di loro. Parallelamente, si è verificato uno sviluppo sempre più incisivo delle attività internazionali del Gruppo, con l'inclusione nel perimetro di consolidamento della società statunitense Dadamobile Inc., costituita nel gennaio 2005 e attiva nel mercato dei prodotti digitali per l'entertainment e per la personalizzazione del telefonino rivolti all'utenza finale. Dal punto di vista societario, l'anno 2005 si è contraddistinto per l'acquisizione di una quota del capitale da parte di Rcs Mediagroup, che in data 11 novembre 2005 ha incrementato la propria partecipazione sino al 41,3%, con conseguente lancio di un'Offerta Pubblica di Acquisto sulla Società. Contestualmente, è stato sottoscritto un Patto Parasociale, rilevante ai sensi dell'art. 122 del Tuf, tra Rcs e i soci manager di Dada, riguardante complessivamente il 55,9% del capitale. Si segnala inoltre che, in data 20 giugno 2005, Dada ha deliberato un aumento di capitale a servizio di un nuovo Piano di Stock Option triennale a favore dei dipendenti di Dada S.p.a. e delle sue controllate, che prevede l'emissione di complessive n. 441.406 azioni da offrirsi in sottoscrizione ai dipendenti del Gruppo in tre tranche annuali. In data 26 luglio 2005 infine, il Gruppo Dada ha acquisito un ulteriore 29,5% di Register.it S.p.a., giungendo a detenere una quota del 97% nel capitale della società leader in Italia nel settore dei domini, dell'hosting evoluto e delle caselle di posta elettronica professionali. Successivamente, in data 30 settembre, in attuazione della strategia di focalizzazione sulle iniziative "core" a maggiore valore aggiunto, è stato sottoscritto l'accordo per l'alienazione della partecipazione in Ad Maiora S.p.a. Nel corso della riunione odierna, in ulteriore esecuzione della delega offerta dall'Assemblea del 28 aprile 2005, già parzialmente esercitata in data 20 giugno 2005, il Consiglio di Amministrazione di Dada S.p.a. Ha deliberato un aumento di capitale destinato all'emissione di un nuovo piano di stock option triennale a favore dei dipendenti di Dada S.p.a. E delle sue controllate che non erano stati beneficiari del precedente piano. In particolare, il nuovo piano prevede l'emissione di complessive n. 33.000 azioni suddivise in tre tranche annuali. Il Consiglio di Amministrazione ha infine convocato l'Assemblea ordinaria dei soci per il 21 aprile 2006 in prima convocazione e per il 28 aprile in seconda: tra i punti all'ordine del giorno, l'approvazione del bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2005, il rinnovo del Collegio Sindacale, del Consiglio d'Amministrazione e dell'incarico alla Società di revisione, tutti in scadenza con la prossima Assemblea, così come la richiesta di rinnovo dell'autorizzazione all'acquisto ed alla disposizione di azioni proprie. A livello di Gruppo, l'esercizio 2005 si è chiuso con un Fatturato Consolidato pari a 69,9 milioni di euro (in crescita del 45% rispetto all'esercizio precedente) e un Ebitda consolidato positivo per 12,7 milioni di Euro, con una marginalità pari al 18% sul fatturato consolidato ed una crescita del 108% rispetto al dato di 6,1 milioni di euro registrato nel 2004. Il Risultato Operativo del 2005 risulta positivo per 8 milioni di euro, evidenziando una significativa crescita rispetto all'esercizio precedente, in cui era stato negativo per 0,3 milioni di euro. Gli ammortamenti delle immobilizzazioni materiali ed immateriali hanno pesato per complessivi 3,3 milioni di euro, in leggera crescita rispetto al 2004,

in cui erano pari a 3,1 milioni di euro, per effetto degli investimenti in immobilizzazioni effettuati nel corso dell'anno. Anche il Risultato Netto migliora sensibilmente, risultando positivo per 7,2 milioni di euro e pari al 10% dei ricavi consolidati, rispetto ad una perdita di 2,7 milioni registrata nel precedente esercizio. La Capogruppo Dada S.p.a. Ha evidenziato nell'esercizio 2005 un andamento analogo a quello riportato a livello di Gruppo. Il fatturato complessivo è stato di 49,6 milioni di euro, con un incremento pari all'89% rispetto al 2004. Si ricorda a questo proposito che, in data 27 luglio 2005, la Capogruppo ha incorporato le società controllate al 100% Wireless Solutions S.p.a e Clamm S.r.l, retrodatando gli effetti contabili all'inizio dell'esercizio. Sempre con riferimento alla sola Capogruppo, il margine operativo lordo dell'esercizio risulta positivo per 9,4 milioni di euro, in netto miglioramento rispetto al dato dell'esercizio precedente in cui era stato pari a 1,4 milioni di euro. La Posizione Finanziaria Netta a breve consolidata al 31 dicembre 2005 risulta positiva per 23 milioni di euro, contro i 18 milioni del 31 dicembre 2004 e i 21,6 milioni del 30 settembre 2005. Durante l'anno si è conseguito quindi un aumento in valore assoluto di oltre 5 milioni di euro, pari a oltre il 26% su base annua. Il solo quarto trimestre ha portato inoltre un flusso di cassa positivo pari a complessivi 1,4 milioni di euro, mentre nell'analogo periodo dello scorso esercizio il flusso di cassa era stato positivo per 0,3 milioni di euro. In questo contesto è importante sottolineare che l'andamento economico dell'esercizio 2005 ha senz'altro beneficiato della forte crescita di Dada in campo internazionale. Con riferimento all'ultimo trimestre 2005, in particolare, le attività estere hanno registrato un'incidenza sul fatturato consolidato pari al 16%. Si segnala infine che il comparto estero è ulteriormente cresciuto nel corso dei primi mesi dell'esercizio appena iniziato. I ricavi della Divisione Consumer hanno inciso per circa il 67% sul fatturato consolidato del 2005, rispetto al dato del 57% registrato nell'esercizio 2004. A questo proposito, si ricorda che l'offerta di Dada in ambito Consumer è caratterizzata da un ricco bouquet di prodotti e servizi digitali di "Mobile Entertainment" e di "Community", fruibili sia da Pc, sia da dispositivo Mobile – attraverso il canale Sms/mms e la presenza sui "Deck", ovvero i microportali, dei principali operatori di telefonia cellulare. In questo contesto, il Gruppo Dada ha conseguito tassi di crescita considerevoli in termini di abbonati all'offerta della Società, espressa attraverso i brand dadamobile.Com e supereva.Com ed il nuovo beta.Dada.net, che rappresentano ora il 56% del fatturato consolidato complessivo e l'81% del fatturato di divisione. L'unicità dell'offerta di servizi di Dada è la convergenza di un vasto numero di applicazioni e di una ricca library di contenuti, dall'Entertainment/infotainment al Social Networking al Dating, in un unico bouquet omnicomprensivo ad abbonamento, fruibile sia da Web che da Mobile. L'offerta consumer di Dada è disponibile agli utenti di oltre 20 operatori mobile in ambito mondiale, in particolare in Italia, Stati Uniti, Uk, Germania, Francia, Portogallo e Cina, per un complessivo "addressable market" di oltre 700 milioni di utenti cellulari su reti di seconda e terza generazione. Sul fatturato della divisione Consumer incidono anche i ricavi provenienti dalla pubblicità online sulle property di Dada e dalle iniziative di interactive marketing. Le attività della Divisione Business contribuiscono con una quota pari al 23% sul volume di affari annuale del Gruppo Dada e posizionano la Società come una tra le prime realtà del mercato italiano sia nella progettazione e realizzazione di infrastrutture, sia nell'offerta alle aziende di soluzioni per lo sviluppo di progetti web evoluti. Nell'ambito dello sviluppo di applicazioni tecnologiche legate ad Internet, Dada adotta un modello di gestione improntato sullo sviluppo interno e proprietario di piattaforme e applicazioni che vengono in prima battuta sperimentate all'interno della Società e successivamente "pacchettizzate" ed offerte a grandi gruppi italiani e multinazionali per coprire tutto il ciclo delle loro esigenze in ambito web. In particolare, i servizi offerti dalla divisione Business di Dada comprendono la personalizzazione di piattaforme Csm e Community, nonché lo sviluppo creativo di portali dedicati al marketing on line. Per quanto concerne le soluzioni tecnologiche sviluppate da Dada per le aziende clienti, si evidenzia inoltre una marcata crescita nella domanda di soluzioni mobile Vas, ovvero di piattaforme che consentono alle aziende di offrire alla propria base utenti contenuti, servizi e applicazioni accessibili tramite dispositivo mobile. E' targato Dada, ad esempio, il nuovo sistema di informazioni via Sms di Trenitalia, che consente ai passeggeri di consultare in tempo reale gli orari dei treni e la loro puntualità, attraverso un semplice Sms al numero breve 48.20.21, unico per tutti gli operatori di telefonia. Sempre a questo proposito, grazie ad una partnership siglata lo scorso luglio con Autostrade per l'Italia e l'operatore 3, è stato realizzato uno speciale dedicato al traffico ed alla viabilità consultabile anche dai videofonini di 3 Italia. Si ricorda in questo ambito che in data 30 settembre 2005, in attuazione della strategia di focalizzazione sulle iniziative "core" a maggiore valore aggiunto, è stato sottoscritto l'accordo per l'alienazione della partecipazione di Dada in Ad Maiora S.p.a. Il risultato della Divisione Self-provisioning, cui fa capo la controllata Register.it S.p.a., rappresenta circa il 10% del fatturato consolidato di Gruppo. All'interno del panorama nazionale, Register.it opera come leader nel mercato dei domini Internet, delle email professionali e dell'hosting evoluto, differenziandosi dai gestori low cost nazionali ed internazionali per la sua infrastruttura e per la sua piattaforma tecnologica, tra le più avanzate a livello mondiale. Il lancio a giugno delle pre-registrazioni dei domini europei .Eu, la nuova offerta "entry level" del dominio ed infine l'aumento della pressione pubblicitaria hanno contraddistinto l'anno 2005 per Register.it. Con riferimento ai domini .Eu, al 31 dicembre 2005 Register.it aveva ricevuto oltre 140.000 richieste da oltre 27.000 clienti - 18.000 dei quali nuovi - e attualmente rappresenta da sola circa il 37% delle richieste totali per i nuovi domini europei inviate dall'Italia. In merito invece alla nuova proposizione ai clienti di Register.it, nel corso del 2005 è stata completamente rinnovata l'offerta entry level, con l'innalzamento di tutti i limiti sullo spazio web e sulle email comprese nell'offerta di ciascun nome a dominio. Il 2006 si apre per il Gruppo Dada nella prospettiva di un'ulteriore crescita in campo internazionale attraverso l'ingresso in Brasile, Cina, Messico e Canada, anche attraverso il ricorso ad accordi con partner locali. Le previsioni contenute in questo documento sono soggette ai rischi e alle incertezze relative a Dada ed ai mercati Internet, media e telecomunicazioni. Le previsioni sono basate sulle informazioni attualmente disponibili e riflettono le aspettative del management del Gruppo. Le previsioni riflettono assunzioni di parametri di mercato e altri fondamentali che potrebbero modificarsi ed influenzare gli effettivi risultati futuri. Le previsioni sono in ipotesi di crescita organica e stabilità delle condizioni normative e commerciali in particolare nell'ambito mobile. Questo documento non rappresenta sollecitazione all'acquisto di azioni Dada. In particolare, per quanto riguarda l'offerta Consumer di Dada, nel corso del 2006 vi sarà una chiara distinzione tra il prodotto "Dating" – erogato attraverso il servizio "Incontri" di supereva.Com - ed il prodotto "Community e Personal Space" – che sarà accessibile entro poche settimane attraverso una nuova, innovativa piattaforma di Social Networking. L'obiettivo finale di Dada è la creazione di modelli evoluti in cui scompaia la distinzione tra Web e Mobile e nei quali l'utente non abbia la percezione di essere nell'uno o nell'altro ambiente. Ulteriori benefici per il Gruppo Dada si potranno avere nel corso dell'anno da sinergie commerciali con l'azionista di riferimento Rcs Mediagroup e dalla partenza delle registrazioni in tempo reale dei nuovi domini europei .Eu, un settore, quello dei domini, in cui Register.it S.p.a. – controllata al 97% da Dada – è già leader italiano. Con riferimento alle opportunità di crescita, Dada intende altresì svolgere un ruolo primario nell'attuale processo di consolidamento del settore che vede un forte sviluppo a livello internazionale dei servizi di intrattenimento e community via web e via telefonino. I dati prospettici della Società stimano per l'anno 2006 Ricavi consolidati compresi tra 90 e 95 milioni di euro ed un tasso di crescita composto medio annuo (Cagr) dell'Ebitda compreso nel range 15-20% nel triennio 2006-2008. Il risultato di esercizio 2005 è stato pari a 4.855.474,35 Euro ed è stato destinato per 132.702,45 Euro a riserva legale - che giunge così ad un quinto del capitale sociale - e per la parte rimanente (4.722.771,90 Euro) a riserva straordinaria.

FIRME ELETTRONICHE: NONOSTANTE IL RICONOSCIMENTO SUL PIANO GIURIDICO, L'USO A LIVELLO TRANSFRONTALIERO CRESCE LENTAMENTE

Bruxelles, 20 marzo 2006 - Secondo una relazione della Commissione europea la resistenza a utilizzare gli strumenti per la firma elettronica rallenta la crescita degli scambi commerciali di beni e servizi tramite Internet. Tuttavia, il crescente utilizzo di carte di identità elettroniche e l'uso della firma elettronica nei servizi di e-government, ad esempio nelle dichiarazioni dei redditi on-line, dovrebbero in futuro favorire una crescita della domanda. La relazione conferma inoltre che la direttiva del 1999 relativa ad un quadro comunitario per le firme elettroniche resta al momento una base valida per le firme elettroniche nel mercato interno.

E' L'ORA DELLA MOBILE REVOLUTION DALLE APPLICAZIONI ALLE PIATTAFORME, DALLA SICUREZZA ALLA VELOCITÀ DI TRASMISSIONE DATI

Milano, 20 marzo 2006 - Un centinaio di aziende intervistate. Il 65% ha dichiarato l'utilizzo di soluzioni mobili, mentre il 13% ne sta progettando l'adozione. E' quanto emerge da un'indagine condotta nel nostro Paese dalla società di ricerche Ac Nielsen che dimostra il crescente appeal della mobility in ambito business. Tra i device la fanno da padroni i notebook (98%) seguono palmari (49%) e chiudono i tablet pc (12%). Un discorso a parte meritano quelle che lo studio definisce come "soluzioni mobili con funzionalità di push mail", che coprono una fetta di mercato pari al 27%. Una percentuale destinata a salire nei prossimi mesi: nell'ultimo periodo produttori di soluzioni per device mobili (cellulari, smartphone, pda) si rincorrono nell'annunciare lo sviluppo del servizio sulle loro piattaforme. La grande comodità è che il push mail permette di ricevere messaggi di posta sul dispositivo senza il bisogno di attivare ogni volta il downloading. Del resto, la posta elettronica rimane la vera killer application, il vessillo della mobile revolution: renderla il più possibile "user friendly" ne agevola l'utilizzo. Inoltre, una volta fuori dall'ufficio, per l'utente business riempire i tempi vuoti delle attese aumenta la produttività mantenendo un dialogo costante con collaboratori e clienti o collegandosi da remoto alla rete aziendale. Ma, come spesso accade, il valore di un'applicazione non dipende solo dalle funzionalità offerte ma anche dal costo dei servizi. Allora qual è e quale sarà il peso specifico della tariffazione per la tecnologia utilizzata? E la risultante delle forze tra il freno dei costi e i vantaggi che il servizio offre al mondo business? Domande importanti per un settore, quello dei device mobili appunto, ancora tutto da scoprire con i protagonisti del mercato tecnologico (dagli operatori Tlc a produttori, dagli sviluppatori di applicazioni alle terze parti) che stanno allacciando partnership strategiche per non rimanere tagliati fuori dal giro che conta, sviluppando applicazioni interessanti. Senza dimenticare che molti tra gli addetti ai lavori sostengono che le vere killer application saranno la velocità di trasferimento dati e la flessibilità dell'accesso alle reti mobili/wireless. E qui entra in gioco di prepotenza il ruolo dei produttori di device. Attualmente nel mondo circa il 70% degli utenti abbonati alle reti mobili ha in tasca un prodotto che dialoga ancora con la rete 2G (standard poco incline a soddisfare le esigenze di "data collection"). Si profila quindi all'orizzonte un graduale ricambio di device nelle mani dei manager di tutto il mondo, con gli smartphone che reciteranno la parte del leone (negli States sono già diventati uno status symbol, mentre in Europa il mercato sta decollando adesso). Gprs (2,5 G), Umts (3G), Wireless Lan (802.11b, 802.11a, 802.11g), Wi-max (802.16d e 802.16a) sono gli standard su cui gli operatori stanno lavorando per realizzare network efficaci. A questo punto lo snodo è rappresentato dalla interoperabilità tra i diversi standard. A conferma di ciò negli ultimi mesi hanno avuto luogo i primi test di hand off (scambi di frequenza) tra apparecchi 3G e reti wireless, inoltre sono stati lanciati prodotti in grado di sfruttare sia la rete Umts che la rete Wifi. E infine c'è il problema sicurezza. Se fino a qualche tempo fa i device mobili erano in balia di qualche hacker incuriosito dai nostri contatti in rubrica, ora sono i cracker la minaccia più pericolosa. Soggetti con le peggiori intenzioni pronti a violare la nostra privacy rubando tasselli di identità per ricostruirne una propria (il mercato nero degli indirizzi Ip ne è una prova), o a utilizzare il terminale come mezzo per sferrare attacchi ad altri malcapitati, finanche a trasferire l'infezione dal terminale mobile al pc utilizzato per la sincronizzazione dati. Allarmismo o consapevolezza dei rischi di un mercato che deve farsi le ossa? C'è chi getta acqua sul fuoco e chi invece fissa già nel 2007 l'annus horribilis per una prima pandemia elettronica. Vittime indicate dai più pessimisti sono soprattutto i cellulari ibridi dotati di connessione Wifi, ritenuti canali di diffusione per i mobile virus anche grazie alla penetrazione progressiva di software per il Voip via telefonino e smartphone, amplificatori per il contagio. Dati alla mano, solo nell'ultimo trimestre del 2005 sono comparse 150 varianti di malware mobili. Dalle piattaforme alle killer application, dagli standard di rete al problema sicurezza. Tutti temi che saranno al centro di Mobile Force & Office (4 Aprile, Crowne Plaza Hotel - San Donato Milanese), evento organizzato da Wireless all'interno dei Wireless Forum (www.Wirelessforum.it) completamente dedicato alle applicazioni di "mobile data" professionali, in particolare alle soluzioni verticali per la forza vendite e il personale tecnico e a quelle orizzontali di mobile office. <http://www.wirelessforum.it/spring2006/index.php?id=com3>

DADAMOBILE INC. - LA CONTROLATA DI DADA S.P.A. NEGLI USA - SIGLA ACCORDO CON LA CANADESE SILVERBIRCH INC. PER LA DISTRIBUZIONE DI SERVIZI A VALORE AGGIUNTO SUI CELLULARI

Milano, 20 marzo 2006 - Dadamobile Inc., la società 100% Dada attiva negli Usa nel mercato dell'entertainment sul telefonino, ha annunciato il 15 marzo di aver siglato un accordo con Silverbirch Studios Inc. La controllata della canadese Silverbirch. In virtù della partnership, Dada arricchirà nel giro di pochi giorni il portafoglio dei contenuti di mobile entertainment a beneficio della propria base utenti. I nuovi contenuti rappresentano l'intera offerta di oggetti digitali sviluppati dalla Silverbirch Studios Inc. - che comprende circa 55 giochi e quasi 3.000 suonerie. L'accordo è stato possibile grazie all'ausilio della società di consulenza Ctg - Cameron Thomson Group, partner di Silverbirch Inc. Per lo sviluppo internazionale. "Siamo molto soddisfatti di poter fornire d'ora innanzi ai nostri abbonati l'intera offerta di Silverbirch." - afferma Massimiliano Pelegrini, Amministratore Delegato di Dadamobile Inc. "L'ottima qualità delle loro suonerie e dei loro giochi, insieme all'accuratezza della grafica dei loro prodotti ci spingono a ritenere che riscuoteranno un grande successo da parte dei nostri utenti". "Siamo lieti di prendere parte all'incredibile crescita che sta vivendo Dadamobile Inc." - spiega Kevin Birch, Presidente e Amministratore Delegato di Silverbirch Studios Inc. "Essere in grado di fornire servizi ad una community di abbonati totalmente dedicata al mobile entertainment - aggiunge Birch - è per noi una conferma dell'alta qualità che vogliamo veicolare attraverso i nostri prodotti. Sono certo che la nostra offerta di servizi ad alto valore aggiunto continuerà ad essere in linea con i gusti e gli interessi degli utenti e contribuirà alla futura crescita di entrambe le società".

30 MARZO 2006 - LE APPLICAZIONI MOBILE & WIRELESS NELLA FILIERA DEL GROCERY

Milano, 20 marzo 2006 - Giovedì 30 marzo, presso il Politecnico di Milano, Indicod-ecr organizza, in collaborazione con l'Osservatorio sul Mobile Business promosso da Aitech-assinform e dalla School of Management del Politecnico di Milano, un Workshop sulle applicazioni Mobile & Wireless nella filiera del Grocery. Durante il Workshop saranno presentati i principali risultati di uno specifico studio che si è basato su 60 casi di imprese operanti nei diversi stadi della filiera del Grocery (produttori, distributori, grossisti, operatori logistici, ecc.) e oltre 200 applicazioni basate su tutte le principali tecnologie Mobile & Wireless (Wi-fi, Gprs, Umts, Voice Picking, Rfid, ecc.). La presentazione dei risultati della Ricerca sarà seguita da alcune testimonianze di imprese del Grocery che hanno sviluppato applicazioni particolarmente significative. Un ampio dibattito, aperto a tutti i partecipanti, chiuderà i lavori. La partecipazione al Workshop è gratuita ma riservata solo alle imprese della filiera del Grocery. È dunque necessario iscriversi al Workshop, http://www.Osservatori.dig.polimi.it/registrazionenonutente.php?id_t=4 www.Osservatori.net

FREEMOVE AMPLIA IL PROPRIO RAGGIO DI AZIONE CON TELIASONERA IL NUOVO PARTNER ACCRESCE LA COMPETITIVITÀ DELL'ALLEANZA NEL MERCATO DELLE MULTINAZIONALI

Londra, Roma, Bonn, Stoccolma, 20 marzo 2006 - Freemove, l'alleanza mobile tra Orange, Telefónica Móviles, Tim (Gruppo Telecom Italia) e T-mobile, ha annunciato il 16 marzo che Teliasonera, operatore leader nei paesi nordici e baltici, entrerà a far parte dell'alleanza. Teliasonera, operante in Svezia, Danimarca, Norvegia, Finlandia e Lituania*, aggiunge ulteriore potenza geografica all'alleanza promuovendo inoltre la leadership nel mercato commerciale. L'alleanza Freemove riunisce attualmente 26 mercati raggiungendo oltre 230 milioni di clienti in tutta Europa. La partnership con Teliasonera rafforzerà l'ambizione di Freemove nel mettere la propria prestigiosa esperienza al servizio dei clienti quando viaggiano all'estero, mediante la realizzazione di un "virtual home environment" (Vhe, servizio che consente agli utenti di beneficiare degli stessi servizi ovunque essi si trovino, a mezzo di qualsivoglia terminale e attraverso qualunque rete pur tuttavia sentendosi "a casa"), fornendo ai propri clienti un accesso agevole e attendibile a servizi già noti quali segreteria telefonica, servizio clienti e chiamata diretta. Freemove si impegna, inoltre, a continuare a fornire un servizio competitivo al suo crescente portafoglio di clienti multinazionali (Mnc). Grazie all'entrata di Teliasonera, l'unico operatore dotato di una copertura mobile completa nella regione nordica, l'alleanza raggiunge una posizione di massimo rilievo che le permette di soddisfare le esigenze del mercato delle multinazionali. Dal suo lancio nel 2004, Freemove ha assunto una posizione leader nella fornitura di servizi mobili alle aziende multinazionali, raddoppiando le proprie offerte e aggiudicandosi oltre 180.000 nuove schede Sim nel 2005. I più recenti progressi registrati da Freemove nel settore dei servizi per i clienti Mnc comprendono: una tariffa speciale Freemove for Blackberry che consente agli Mnc di ordinare i servizi Blackberry in stati diversi coperti dall'alleanza ad un prezzo standard, fornendo a questi clienti una maggiore prevedibilità e controllo dei costi. Relazioni informative consolidate – un vantaggio chiave dell'alleanza sta nel fornire ai clienti Mnc informazioni consolidate per aiutarli a comprendere l'uso dei loro telefonini europei. Freemove renderà presto disponibili relazioni informative per i clienti scaricabili da una sezione protetta del sito Web di Freemove Gestione con un unico account - Freemove offre un unico punto di contatto per la gestione di vendite e offerte contribuendo a semplificare il reperimento e la gestione dei servizi mobili Freemove intende accrescere il proprio successo nel 2006 con lo sviluppo di una serie di servizi significativi per il mercato delle multinazionali. "Teliasonera rappresenta il partner ideale per Freemove, con la sua leadership nei mercati chiave dei paesi nordici e baltici, con la sua consolidata qualità della rete e con l'obiettivo comune di fornire servizi semplici e accessibili per i clienti. L'espansione di Freemove sottolinea l'impegno che i suoi membri devono continuare a perseguire in tale missione." Ha commentato così Hubert Strokosch, membro del Consiglio di Gestione di Freemove. Terje Christoffersen, Vice Presidente del Gruppo, Responsabile del Marketing Aziendale, Prodotti e Servizi di Teliasonera, ha affermato: "Teliasonera è lieta di annunciare la propria partnership con l'alleanza Freemove che vediamo come un importante passo verso il conseguimento del nostro obiettivo di semplificare la vita di tutti i giorni ai nostri clienti con servizi di comunicazione facili da utilizzare. Non vediamo l'ora di sperimentare, insieme con Freemove, un sistema di comunicazione migliore. L'entrata a far parte dell'alleanza rafforza la presenza internazionale di Teliasonera fornendo ai nostri clienti multinazionali un ambiente di comunicazione Vhe di maggiore portata."

INNOVAZIONE CON LA COMMUNITY MOBILE VOIP DI TERRASIP PER I SOCI ORA È POSSIBILE USARE IL NUMERO DI RETE FISSA RICEVUTO DI UN ALTRO PROVIDER VOIP SU UN ACCOUNT TERRASIP.

Estepona, 20 Marzo 2006 - Inviare un numero fisso all'account Sip: Prima che Terrasip possa offrire i numeri di chiamata fissi, i cosiddetti Dids (Direct Inward Dialling) in tutti i paesi, il team di sviluppo ha creato una nuova funzione nel software account, semplice da usare. Se un utente ha già ricevuto un numero fisso da qualsiasi parte del mondo da un altro Voip provider, e nel caso in cui desiderasse usare questo numero attualmente collegato all'account Terrasip, può farlo tranquillamente. È possibile accedere ai dati riportati nell'account del precedente provider all'interno dell'area sicura e personale "Myterrasip" e salvare i dati. Allo stesso tempo, è possibile inviare le funzioni del numero ricevuto sull'account Terrasip, ad esempio: il telefono configurato con l'account Terrasip squilla, se il numero fisso ricevuto dell'altro x-provider arbitrario viene chiamato. Accessibilità con massima flessibilità: Molti utenti del "voice over Ip" hanno un account con provider diversi. Una volta ricevuto, il Did non perde il proprio valore nel caso in cui si decidesse di crearne un altro. Il vantaggio principale è che gli utenti amici, famigliari o colleghi rimangono raggiungibili sullo stesso numero. Amministrare e trasmettere numeri diversi – possibilmente su apparecchi diversi - non è più necessario con questa soluzione. "È uno strumento piccolo ma utile, che offre ai numeri fissi virtuali una vasta gamma con risorse minime. Dato che un utente può aderire e poi ripristinare di nuovo questa impostazione, siamo in grado di offrire questa funzione del tutto gratis. Siamo orgogliosi di promuovere sviluppi così innovativi e allo stesso tempo l'uso della telefonia Voip" sostiene Daniel David, project manager della società. [Www.terrasip.com](http://www.terrasip.com)

IL PROVIDER VOIP JAJAH, CHE CONSENTE CHIAMATE VIA INTERNET A PREZZI COMPETITIVI, HA CONCLUSO UN ACCORDO DI PARTNERSHIP CON SEQUOIA CAPITAL.

Milano, 20 marzo 2006 - Jajah Inc., azienda pioniera nella comunicazione, annuncia la disponibilità anche in lingua italiana di Jajah Web, un servizio Voip che non richiede di scaricare un software nè di seguire complicate procedure di installazione, avvicinando tutti gli utenti alla telefonia via Internet. Jajah Web stabilisce infatti connessioni phone-to-phone tramite Internet, consentendo di risparmiare sul costo delle chiamate. Proprio questa compatibilità e semplicità d'uso hanno attratto Sequoia Capital, che ha captato effetti sinergici per il proprio portfolio esistente Secondo Sequoia la partnership con l'innovativo provider segna un passo decisivo nel settore Voip e segue di poco il lancio del nuovo servizio di telefonia web-activated. "La telefonia Web-activated di Jajah non è solamente una soluzione Voip stand-alone, in quanto anche altre piattaforme possono trarre notevoli vantaggi da Jajah", dichiara Haim Sadger di Sequoia Capital. Secondo Jajah l'accordo apre la strada all'ingresso di importanti partner tecnologici per lo sviluppo del business. Sequoia risponde perfettamente alle esigenze e caratteristiche del nuovo servizio di telefonia web di Jajah rivolto a tutti. "L'investimento di Sequoia Capital ci apre infinite opportunità: potremo ora lavorare in modo più veloce ed efficiente, ottenendo maggiore riscontro", commenta Roman Scharf, co-fondatore di Jajah. Jajah Web stabilisce connessioni phone-to-phone tramite Internet, consentendo di risparmiare sul costo delle chiamate. La procedura è semplice: basta inserire il proprio numero di telefono (fisso o mobile) nel sito www.Jajah.com, insieme al numero di telefono che si desidera contattare. A questo punto Jajah chiama entrambi sui rispettivi telefoni, con le stesse modalità di una normale telefonata, ma molto più economica! "L'approccio semplice di Jajah apre il mondo della telefonia internet a tutti" assicura Roman Scharf, co-fondatore di Jajah. "Effettuare una chiamata con Jajah non differisce dalla ricerca di una parola chiave su Google". Jajah è stata progettata tenendo conto delle esigenze dell'utente comune, e non solo degli appassionati di tecnologie, diversamente da altri servizi Voip attualmente disponibili. Chi utilizza Jajah non ha bisogno di una banda larga, ma semplicemente di una connessione Internet per chiamare qualsiasi altro telefono, sia esso fisso o mobile. Le telefonate sono molto più economiche rispetto a qualsiasi altro operatore, in particolare quelle internazionali, rivolte a fissi e mobili, assicurando al contempo un'ottima qualità audio.

CAMERA DI COMMERCIO DI MILANO: ARRIVA IL PORTALE DEI CONSUMATORI

Milano, 20 marzo 2006 - L'idea di creare un Portale unicamente dedicato ai bisogni dei Consumatori e degli Utenti è nata all'interno del Tavolo Interistituzionale composto da Camera di Commercio di Milano, Provincia di Milano, Associazioni dei Consumatori e Utenti formalmente riconosciute e Organismi che si occupano, a diverso titolo, di tutela dei Consumatori nel territorio provinciale. Nel contesto di un più ampio percorso di partenariato volto a promuovere la tutela dei diritti dei consumatori e utenti e ad accrescere, a tal fine, il livello di informazione e di consapevolezza dei consumatori, il Portale vuole porsi come valido strumento orientativo e come specifico ausilio online. Rinviando ai siti delle Associazioni dei consumatori, il Portale agisce infatti come un motore di ricerca specializzato capace di andare a captare informazioni e materiali specifici. La presentazione: 23 marzo 2006 ore 11:00 Camera di commercio Palazzo Turati a Milano Parteciperanno: Pier Andrea Chevillard, Segretario generale della Camera di commercio di Milano; Francesca Corso, Assessora ai diritti dei cittadini e tutela dei consumatori della Provincia di Milano; Stefano Azzali, Dirigente Area Tutela della Concorrenza e del Mercato della Camera di commercio di Milano; Marco Romualdi, Dirigente Area portali, Servizi web e Contact center della Camera di commercio di Milano; Glenda Giunò, Direttore responsabile del Portale Consumatori & Utenti; Angela Alberti, Consigliere Camera di commercio di Milano, rappresentante delle Associazioni dei Consumatori.

MONSTER.IT: RICERCA, INSERIMENTO, RETRIBUZIONE ECCO COME SI MUOVE IL MONDO DEL LAVORO INDAGINE SVOLTA CON GIDP SU 1000 NEO ASSUNTI E 100 RESPONSABILI HR

Milano, 20 marzo 2006 - "Percorsi e meccanismi d'ingresso nel mercato del lavoro per neolaureati": questo il tema del convegno tenutosi a Fieramilano City, nel corso di Expo del Capitale a cui ha partecipato Monster.it, L'incontro era volto ad introdurre e presentare il processo di inserimento nel mondo del lavoro dei neolaureati, mettendone in evidenza aspettative, difficoltà e problematiche. A domande quali "Come avviene l'inserimento in azienda dei neolaureati? Quali sono i mezzi attraverso i quali i direttori del personale cercano e selezionano i candidati? Come stanno cambiando le politiche retributive delle aziende e quali sono i fattori che i neolaureati considerano determinanti nella valutazione di un'offerta di lavoro?" aveva già tentato di dare una risposta proprio Monster.it, assieme a Gidp/hrda (l'Associazione dei Direttori delle Risorse Umane) attraverso una ricerca che ha coinvolto oltre 1000 neolaureati e un centinaio di direttori di risorse umane. L'indagine, giunta alla sua quinta edizione, è stata condotta attraverso un doppio questionario anonimo ed è divisa in sezioni: Ricerca e selezione, Inserimento in azienda, Attraction, retention e abbandono, Retribuzione, Contratti e Fattori determinanti sulla retribuzione. Ne è emerso un quadro molto variegato e in continua evoluzione rispetto agli anni passati: Ricerca e selezione - Le aziende sembrano sempre più rivolgersi alle società di consulenza specializzate (+19% rispetto all'anno precedente) e al Web (+12%) come fonte di recruiting mentre sono in calo gli Atenei Universitari (-4%). Dall'altro canto, la stragrande maggioranza dei neolaureati fa ricorso a Internet per cercare lavoro: il 64% si rivolge ai portali di recruiting e oltre il 40% si rivolge anche ai siti delle aziende. La fase di selezione per la maggior parte delle aziende è interna, a cura della direzione risorse umane (96%) o in collaborazione con la direzione di Linea (+8%). Tra gli strumenti di selezione, i direttori del personale intervistati sembrano abbandonare sempre di più i colloqui di gruppo (-15%) e i giochi di ruolo (-6%). Test di know how tecnico e colloqui individuali sono invece gli strumenti preferiti. Tra le lauree più richieste, negli ultimi due anni emergono con un +6% le facoltà umanistiche che comunque si attestano a un 19% che è ben poca cosa rispetto a Economia (69%) e Ingegneria (63%) ancora in aumento seppure di pochi punti percentuale. Inserimento in azienda - Il 44% degli inserimenti degli ultimi 2 anni è avvenuto nell'Industrial Operation (produzione, manutenzione, logistica qualità), seguito da un 40% di commerciali. Il dato più significativo in questo ambito riguarda però il +6% dell'area marketing e comunicazione che si attesta al 39%. La gestione dell'inserimento "operativo" di neolaureati nel 69% dei casi viene affidato al capo diretto. I neolaureati intervistati dichiarano inoltre, nel 45% dei casi, di aver avuto come "tutor" un collega più esperto. I momenti di verifica avvengono in prevalenza alla fine del periodo di prova (+11%) o trimestralmente. In calo invece le verifiche annuali. La maggior parte dei neolaureati, però, ritiene di non essere stato sottoposto a una verifica. Attraction, retention e abbandono Tra i fattori sui quali l'azienda punta per attrarre neolaureati, resta alto il peso della formazione ma è interessante notare l'ingresso dell'elemento stabilità e sicurezza del lavoro, mentre salgono di un +12% le leve dell'immagine e della comunicazione. Anche per i neolaureati la stabilità è una buona leva di attrazione (22%), ma più significative sono anche le prospettive di carriera (42%), la formazione (32%) e la qualità del lavoro (31%). Il pacchetto retributivo si ferma al 22%. Per trattenere i neoinserti, l'azienda punta maggiormente sulla formazione tecnico/specialistica e sui programmi individuali, mentre per i neolaureati le prospettive di carriera e la qualità del lavoro si confermano i requisiti

preferenziali per restare in azienda. Non a caso tra le cause di abbandono i direttori delle risorse umane intervistati individuano fattori quali la ricerca di nuove opportunità (37%) e la maggiore possibilità di carriera (17%), oltre che a una retribuzione competitiva (15%). Retribuzione - A guadagnare di più sono i neolaureati inseriti nelle aree Commerciale, Ricerca & Sviluppo e Comunicazione. Fanalino di coda l'area delle Risorse umane. Rispetto al 2004 si verificata una diminuzione dei salari d'ingresso pari allo 0,7% e del 2,6% dopo 3 anni. I neolaureati affermano di percepire uno stipendio mensile lordo di 930 euro. Secondo i direttori del personale il voto di laurea è praticamente ininfluente nella definizione della retribuzione di ingresso mentre è in crescita il peso di studi all'estero. Quasi un'azienda su due riconosce un trattamento differenziato a chi ha conseguito un master ma non conta quasi per niente l'essersi laureato nei tempi previsti dal corso di studi. Contratti e Fattori determinanti sulla retribuzione - Dal punto di vista contrattualistico, in calo del 12% i contratti a tempo indeterminato e in crescita i contratti a progetto (+12%) e la somministrazione di lavoro (+11%). Più della metà dei neolaureati viene inserita 3 livelli sotto Quadro e passa di livello dopo tra il primo e il secondo anno in azienda. Il passaggio programmato alla dirigenza avviene per lo più dopo i 38 anni. Il campione preso in esame per le due indagini comprende Direttori del personale soci Gdp/hrda di aziende che nella metà dei casi appartengono al settore Commercio/credito/servizi e di cui una su due ha oltre 500 dipendenti. La maggior parte dei laureati intervistati, invece, è in possesso di una laurea del vecchio ordinamento per lo più in discipline economico-statistiche e ingegneria. Un neolaureato su 4 ha compiuto studi all'estero e ha un master. La stessa percentuale riguarda coloro che hanno conseguito il diploma di laurea con il massimo dei voti. L'età è compresa tra i 25 e i 28 anni.

[SIEMENS AMPLIA IL PORTAFOGLIO DI SICUREZZA IT NELL'AREA DELL'IDENTITY E ACCESS MANAGEMENT](#)

Milano, 20 marzo 2006 - Siemens Communications consolida la famiglia di prodotti Hipath Security Dirx includendo in esclusiva nel proprio portafoglio il prodotto Global Trust della società canadese Okiok. Il prodotto Hipath Security Dirx Access è ora arricchito di funzionalità chiave: il nuovo software consente la verifica delle identità, i diritti di garanzia e il monitoraggio dei diritti di accesso alle risorse protette della rete - concetto di Identity Federation -. Dirx Access è un importante componente nella famiglia Dirx perché permette di implementare processi sicuri nell'ambito delle attività di business via internet in conformità ad accordi legali. La gestione delle transazioni business attraverso la Rete richiede la rapida e sicura identificazione e autenticazione di dipendenti, business partner e clienti. Hipath Security Dirx Access supporta tutti i metodi attuali di autenticazione legati a questo processo, dal nome utente e password alle chipcard con certificati. L'integrazione del prodotto Global Trust assicura che funzioni quali, Web Access Management, Web Single Sign-on, Identity Federation e Web Services Security, facciano ora parte integrale di Dirx Access. Il Web Access Management con Single Sign-on permette alle sessioni attive in rete di essere gestite in modo sicuro e agli utenti di avere accesso, dal momento in cui effettuano la prima e unica autenticazione, alle risorse cui hanno diritto. La mutua verifica delle identità e dei diritti d'accesso con altre aziende, secondo i principi dell'Identity Federation, consente, ad esempio, l'accesso sicuro da un'applicazione web corporate ai sistemi dei fornitori e rivenditori senza bisogno di ripetere l'autenticazione. Oltre a questo, ampie funzioni di controllo e possibilità di reportistica dettagliata garantiscono l'implementazione di direttive di sicurezza corporate e le richieste di conformità. Con Dirx e Dirx Identity, la famiglia Hipath Security Dirx rappresenta ora una soluzione pienamente integrata di Identity and Access Management che soddisfa tutte le richieste di sicurezza delle aziende.

[DOW JONES INDEXES SCEGLIE LA PIATTAFORMA P SERIES IBM](#)

Milano, 20 marzo 2006 - Dow Jones Indexes, la principale società internazionale che elabora gli indici di borsa, tra i quali il Dow Jones Industrial Average (Djia) ha scelto i server Ibm per calcolare il suo insieme di indici e medie mondiali, diffusi in tempo reale attraverso i principali canali telematici e pubblicati su The Wall Street Journal, Barron's, Dow Jones Newswires, Marketwatch e altre pubblicazioni di Dow Jones e di terzi. "Dopo l'installazione della piattaforma pSeries abbiamo assistito a un aumento di prestazioni significativo che ci dà la possibilità di adattarci più facilmente alle crescenti richieste del mercato. I sistemi Ibm pSeries consentono alle applicazioni real-time Dow Jones Global Indexes e Dow Jones Averages di scalare, cosa che ci consente di crescere nei mercati finanziari. Le nostre applicazioni sfrutteranno le capacità dell'architettura pSeries / Aix per produrre e supportare nuovi indici e medie globali e creare nuovi flussi di ricavi", spiega Michael A. Petronella, presidente, Dow Jones Indexes/ventures. "Ibm ci ha affiancato con competenze e servizi eccezionali." Gli indici Dow Jones vengono diffusi attraverso diversi fornitori di dati di mercato in tempo reale o a fine giornata. I principali indici vengono pubblicati quotidianamente nella sezione "Money & Investing" del Wall Street Journal e settimanalmente nella sezione "Market Week" di Barron's, e vengono diffusi attraverso la radio e la televisione. Anche gli indici Dow Jones Global Indexes e Dow Jones Global Titans 50 vengono pubblicati ogni giorno nella sezione "Global Finance Diary" del Wall Street Journal Europe. I server System p5 570 con Aix dispongono di processori Power5 Ibm, che offrono una potenza di calcolo a 64 bit e funzionalità quali Dynamic Logical Partitioning, multi-threading simultaneo e Virtualization Engine. Il sistema è progettato per essere scalabile con applicazioni di tipo enterprise sia Unix che Linux, a seconda delle esigenze. Dow Jones Electronic Publishing e un ampio team Ibm hanno lavorato a stretto contatto per potenziare le prestazioni delle applicazioni Dow Jones.

[BASSNET BIOSYSTEM PER BANCA SANPAOLO](#)

Firenze, 20 marzo 2006 - Bassnet ha installato Bassnetbiosystem il sistema integrato per il controllo accessi delle filiali bancarie, basato su tecnologie biometriche presso venti filiali della Banca Sanpaolo grazie alla partnership con Safer Sicurezza, leader nella produzione metalmeccanica di strutture per la sicurezza e fornitrice di bussole antirapina. Il sistema è stato adattato alle specifiche richieste della Banca Sanpaolo per garantire ulteriormente la privacy dei propri clienti ed affidabilità di funzionamento. Bassnetbiosystem è un sistema studiato per raccogliere in forma assolutamente anonima le informazioni relative ai transiti nella filiale bancaria garantendo la massima riservatezza della privacy dei clienti e permettendo nei casi criminosi l'identificazione dei rapinatori da parte delle forze dell'ordine. Bassnetbiosystem è stato progettato nel rispetto delle normative fornite dal Garante della Privacy e seguendo le linee guida dell'Abi in materia. Il sistema rileva l'impronta cifrata di un dito del cliente, associata alla ripresa di chi entra nello sportello bancario e si basa sull'integrazione di una bussola antirapina, sistemi di ripresa video e un dispositivo biometrico per l'acquisizione dell'impronta digitale, applicando i più elevati standard di sicurezza disponibili. In pratica viene acquisita l'impronta digitale della persona che entra nella filiale della banca, si crea il filmato con la telecamera interna alla bussola, si apre la porta interna ed infine vengono archiviati i dati in forma anonima e criptografata. Bassnetbiosystem è composto da tre elementi principali: la bussola (l'ossatura del sistema, l'oggetto sul quale sono installati i meccanismi aggiuntivi di sicurezza: metal detector, videocamera e rilevatore impronte), il sistema biometrico (la tecnologia che, rispettando le norme sulla privacy, garantisce un'ulteriore tutela sia della sicurezza del personale della banca, sia una semplificazione della procedura di accesso per i clienti), il programma di gestione (lo strumento per la gestione della bussola,

delle periferiche di acquisizione e per l'archiviazione dei dati sensibili). Commenta Luca Bassilichi, Amministratore Delegato di Bassnet: "Queste nuove installazioni sono la dimostrazione che l'impegno dedicato da Bassnet sulla ricerca e sull'innovazione hanno costituito una strategia vincente. Sulla sicurezza si gioca una sfida importante per il futuro e la biometria è uno strumento indispensabile per affrontarla. Oggi Bassnet presenta un prodotto che è già stato scelto da un importante gruppo bancario nazionale. Più delle parole, contano i fatti" Bassnet sarà presente al Forum Abi Lab in programma a Milano il 20 e 21 marzo 2006 presso Palazzo Mezzanotte (Palazzo della Borsa). Lunedì 20 marzo, alle ore 16, presenterà Bassnetbiosystem.

ELABORAZIONE DI IMMAGINI 3D: DALLA RICERCA AL PRODOTTO PRESENTATI I RISULTATI DI UN IMPORTANTE PROGETTO DI RICERCA PER L'ELABORAZIONE DI IMMAGINI 3D

Milano, 20 marzo 2006 - Comerson, azienda attiva nella progettazione e realizzazione di sistemi Tvcc, presenta in collaborazione con l'Università degli Studi di Milano-bicocca, il Consorzio Milano Ricerche e Api Monza e Brianza, i risultati del Progetto Elaborazione di Immagini 3D. Un lavoro di ricerca importante, sostenuto anche dal Ministero delle Attività Produttive (Map), volto alla realizzazione di un sistema di acquisizione ed elaborazione dei dati tridimensionali che ha come obiettivo il riconoscimento di persone e oggetti in applicazioni di controllo accesso, controllo qualità e logistica dei trasporti. Le tecniche di elaborazione delle immagini consentono di risolvere problemi specifici, come il riconoscimento di una persona o di una situazione di allarme, ricavando informazioni logiche da immagini catturate attraverso una videocamera. Queste tecniche sono impiegate in modo diffuso in numerose aree applicative: dalla videosorveglianza all'automazione, dal controllo del traffico alla medicina, dalle biotecnologie al controllo dei beni culturali. Generalmente la tecnologia utilizzata nei vari campi applicativi si basa sull'elaborazione di immagini bidimensionali (2D). E' evidente che l'introduzione di immagini tridimensionali (3D) può portare notevoli vantaggi, ma richiede anche apparati sofisticati caratterizzati da un costo elevato e da problemi di utilizzo pratico, che ne limitano l'applicabilità ad aree fortemente specializzate. Grazie ai risultati di questo progetto di ricerca è stato possibile adottare la tecnica 3D in ambiti nei quali il costo e la facilità di uso sono fattori essenziali. Applicato nello specifico contesto di riconoscimento di persone tramite l'analisi del volto, il sistema risulta costituito da un portale o gate d'accesso, attraverso cui la persona transita, e da uno scanner tridimensionale in grado di determinare la forma e il colore del volto della persona che sta sopraggiungendo. In ultimo questi dati vengono elaborati da un sistema automatico che opera il riconoscimento della persona stessa. E' risultato evidente che la gestione di informazioni tridimensionali può migliorare in modo significativo le prestazioni di un sistema di riconoscimento e che il successo delle applicazioni pratiche produrrà delle ricadute industriali del progetto in termini di linee di prodotto e di prospettive di mercato. Nell'ambito del progetto sono stati ottenuti altri risultati significativi sia nell'area delle tecniche algoritmiche evolute, sia nell'area dell'architettura di sistema sviluppando la piattaforma software Comerframework. La innovatività della impostazione algoritmica e della architettura sw consente di proporre Comerframework come piattaforma di "ambient intelligence" con capacità di integrare anche sensori eterogenei e garantire non solo videosorveglianza ma anche sicurezza e antintrusione per infrastrutture e ambienti complessi. Applicazioni concrete sono state sperimentate negli ambiti della videosorveglianza, del controllo del traffico e del controllo di qualità, ottenendo una maggior competitività dei prodotti stessi. Comerson ha implementato alcune sue soluzioni con il sistema di Riconoscimento 3D ottenendo risultati ampiamente positivi, due i casi specifici: uno in Valsassina con Eyeway, la soluzione per il monitoraggio automatico del traffico stradale ed autostradale, che ha dimostrato una maggiore precisione e affidabilità nell'analisi e rilevazione degli allarmi; e l'altro a Lecce dove Eyecity, il sistema che consente di effettuare un monitoraggio intelligente del traffico cittadino, ha raggiunto un'accuratezza ancora maggiore nella produzione di dati e statistiche sul flusso veicolare urbano.

LA POLIZIA FERROVIARIA SCEGLIE SEGWAY HT PER PATTUGLIARE LE STAZIONI

Milano, 20 marzo 2006 - Da fine gennaio in 15 Compartimenti della Polizia Ferroviaria è operativo Segway Ht, il mezzo di trasporto elettrico auto-bilanciato che si guida con il movimento del corpo. Sperimentato per alcuni mesi a Torino viene ora utilizzato nelle principali stazioni italiane. Segway Ht consente agli agenti di muoversi rapidamente tra i binari e i passeggeri. La posizione elevata da terra di circa 25 centimetri permette al poliziotto un'ottima visuale del territorio da vigilare e contemporaneamente lo rende più visibile ai cittadini, incrementando così la percezione di sicurezza e costituendo un deterrente per la commissione di reati. Il mezzo è dotato di tre diversi livelli di accelerazione ed è in grado di raggiungere i 20 km/h. Gli agenti a bordo di Segway Ht hanno linee di veduta superiori per amministrare il traffico, per controllare la folla e per sorvegliare la comunità. Il Segway Ht, fornito da Mega Italia Spa nella versione Mega01, permette inoltre agli agenti di diventare più accessibili e di reagire più velocemente alle situazioni di emergenza. "Utilizzando Segway Ht è possibile un controllo più capillare delle stazioni e viene assicurato un intervento più tempestivo delle pattuglie", spiega Paolo Tiberti, primo dirigente del servizio di Polizia Ferroviaria. Segway Human Transporter è una soluzione di vigilanza versatile, permette un'aumentata produttività ed è stato progettato specificatamente per le esigenze degli agenti di polizia. Ht i180, è caratterizzato dalle batterie a lunga durata Saphion lithium-ion che permettono di percorrere fino a 40 km con una singola carica, in funzione del terreno, lo stile di guida ed il carico. Le batterie Saphion lithium-ion richiedono una scarsa manutenzione, hanno lunga vita e possono operare a temperature basse fino a 10 gradi sottozero. Il Segway Ht si muove prontamente operando in un ampio raggio di ambienti e terreni. Oltre alle caratteristiche di sicurezza ridondanti ed alla durevole costruzione meccanica di tutti i modelli Segway Ht, il Segway Mega 01 è più equipaggiato rispetto alle caratteristiche standard. Il modo Servo-guida permette per esempio di muovere il mezzo su e giù dalle scale più facilmente. L'asta del manubrio è adattabile per il comfort del guidatore e permette al Segway Ht di entrare nel bagagliaio di molte automobili. Per aiutare la prevenzione al furto, ogni Segway Ht è fornito di un personale set di chiavi, codificate con un unico codice di sicurezza a 64-bit. Segway Ht consente la mobilità sicura con il trasporto di tutto quanto è indispensabile per il servizio stesso degli agenti di polizia (anche per il servizio di agente di prossimità o di quartiere) e per la funzione di vigilanza e controllo. E' in corso un test su un modello di Segway Ht in grado di muoversi non solo sulle aree pavimentate delle stazioni ma anche su terreni accidentati.

[TERMINALI INGENICO RFID NEI CINEMA PIEMONTESI](#)

Milano, 20 Marzo 2006 – Ingenico Italia, in collaborazione con Sanpaolo Imi, ha realizzato un nuovo sistema per la gestione degli ingressi nelle sale cinematografiche del Piemonte. L'attuale scenario di espansione dell'Rfid nei più svariati ambiti applicativi ha portato all'idea di impiegare questa nuova tecnologia e i suoi numerosi vantaggi anche nei servizi bancari. Il progetto, nato da un'iniziativa di Sanpaolo, prevede l'impiego di carte pre-pagate Pagobancomat "Soldiintasca" con tecnologia Rfid e di terminali i5100 connessi ai lettori Smartcless, con un'interfaccia di lettura e scrittura delle carte contactless attraverso un segnale in radiofrequenza a 13,56 Mhz. Smartcless è il prodotto Ingenico tipicamente impiegato per i pagamenti di piccoli importi, perché garantisce elevate velocità di transazione: la rapidità delle operazioni in questo caso è uno dei punti di forza di tutto il sistema, perché permette un miglior servizio per gli utenti e meno code alle casse dei cinema. Il progetto è stato reso possibile grazie alla collaborazione con Siteba, società interbancaria che per questo servizio gestisce la raccolta degli ingressi ed il successivo inoltro alla Banca per gli accrediti. I terminali si connettono tramite Tcp/ip su linea commutata. Attivo ormai dallo scorso Dicembre e indirizzato per ora solo ai propri dipendenti, questa sperimentazione ha portato a risultati molto positivi, con circa 3000 carte emesse e un centinaio di Pos abilitati nei cinema del Piemonte, dimostrando l'apprezzamento del servizio e, quindi, il successo dell'iniziativa. Con l'obiettivo di espandere tale progetto e di contribuire a diffondere l'utilizzo della moneta elettronica, saranno ideate nuove iniziative e nuovi servizi basati sulla tecnologia Rfid. Sanpaolo con questo progetto ha riconfermato la sua forte attenzione verso le esigenze della clientela, promuovendo una soluzione comoda, veloce ed innovativa. "La realizzazione di questo sistema – afferma Luciano Cavazzana, Direttore Generale di Ingenico Italia – conferma la visione innovativa di Ingenico del Pos come Point Of Services e testimonia la nostra attenzione alle nuove tecnologie e all'integrazione di queste sui terminali di pagamento, in un'ottica sempre aperta a nuovi ambiti e servizi, alla scoperta di nuove applicazioni e di nuove opportunità di business".

[Pagina 1](#)

[Pagina 2](#)

[Pagina 3](#)

[Pagina 4](#)

[Pagina 5](#)

[Pagina 6](#)

[Pagina 7](#)

Powered by [Archimedia](#)

Per visualizzare il maggior numero di informazioni, si consiglia l'impostazione della risoluzione a 1024x768