

Nova 24

# Moltiplicata l'offerta di piattaforme traveltech: l'obiettivo è l'esperienza

**Turismo.** Con un investimento di 5,5 milioni, guidato da Cdp-Venture Capital e Smp Holding, nasce To Italy Group, partner industriale Destination Italia

**Alessia Maccaferri**

La regina è lei, l'esperienza. E attorno gira la costruzione della destinazione Italia, ancora capace di essere uno dei Paesi più attrattivi al mondo. E in un mercato sempre più affollato la tecnologia e l'integrazione fanno la differenza, come vuole dimostrare To Italy Group - The Italian Experience, che si pone come marketplace nazionale dell'esperienza attorno cui costruire una filiera completa, dai trasporti al soggiorno. La nuova società nasce dall'integrazione tra soggetti di versi. «Vogliamo innovare un settore, quello del turismo, per molti aspetti ancora restio a farlo» anticipa al Sole 24 Ore Savio Castilletti, 55 anni, una carriera tra digitale e innovazione (Tin.it, Tiscali, tra le altre) e presidente della neonata società che nasce dall'alleanza tra la sua precedente ItalyXp.com, pmi innovativa traveltech e anima tecnologica del nascente gruppo, FlorenceTown, una delle maggiori realtà di servizi esperienziali e Arno Travel, operatore specializzato nell'onsite travel

planning di lusso. La crisi pandemica e la forte competizione del settore esperienze (AirBnb, Viator di Tripadvisor e GetYourGuide) hanno spinto all'integrazione in un progetto imprenditoriale di respiro nazionale che ha ottenuto 5,5 milioni di euro da parte di Cdp-Venture Capital e Smp Holding.

Dal punto di vista dell'offerta, il nuovo marketplace propone la possibilità di creare un proprio pacchetto di viaggio personalizzato a partire dall'esperienza. «Il punto di forza è rendere il processo più efficiente possibile senza rinunciare

a qualità e creatività» aggiunge l'imprenditore. Di fatto gli utenti si rivolgono online a un *travel consultant 2.0* che costruisce in 15/20 minuti una proposta di viaggio utilizzando tutti gli strumenti digitali a disposizione e a cui è destinata una parte significativa dell'aumento di capitale. Il target principale è il turismo incoming (ma non si trascurerà il turismo italiano) con pacchetti personalizzati, comprensivi di hotel e trasporti, costruiti a partire dalle 1.200 esperienze online. L'offerta non si limiterà alle grandi città d'arte ma si cercherà di diversificare. «Poniamo attenzione non solo all'aspetto green (prediletto è il trasporto in treno per esempio ndr.) - aggiunge Castilletti - ma anche all'impatto sociale: vorremmo disincentivare il turismo di massa mordi e fuggi, puntando su un turismo di qualità con mete meno conosciute e magari anche stagionali». Grande attenzione sarà rivolta anche al Sud Italia, obiettivo strategico anche per l'investimento da parte di Cassa Depositi e Prestiti. «Siamo molto orgogliosi di contribuire alla nascita di To Italy, frutto dell'unione di realtà diverse fra lo-

**INNOVAZIONE**  
Online l'utente può costruire pacchetti personalizzati con l'aiuto del travel consultant 2.0

**OBIETTIVI**  
Il target principale è l'incoming. Progetti di espansione dell'offerta soprattutto al Sud. No al turismo mordi e fuggi

## Concerti, Elisa da Verona lancia un protocollo per i tour ecosostenibili

**Musica & ecologia**  
La sfida di Heroes

**Francesco Prisco**

L'annuncio fece parecchio rumore: «Non faremo più concerti fino a che non saranno sostenibili a livello ecologico». Era il novembre del 2019, la pandemia di là da venire, il climate change un tema caldissimo e quelle parole uscivano dalla bocca del frontman di una delle dieci band che in carriera hanno ricavato di più dall'attività live: Chris Martin dei Coldplay.

Un sacrificio non di poco conto si disse - perché i concerti rappresentano stabilmente la principale voce di entrata del music business. Tre anni dopo, i Coldplay sono di nuovo in giro per il mondo con un tour che si annuncia all'insegna della *sustainability* e anche l'Italia non resta a guardare: per la terza edizione di *Heroes*, festival musicale diretto da Elisa, in programma all'Arena di Verona dal 27 al 31 maggio, è stato elaborato il primo "Protocollo d'intesa per eventi sostenibili" d'Italia. Una specie di libro bianco, nato dalla collaborazione tra Music Innovation Hub (società che sviluppa soluzioni per la crescita della filiera musicale), Triadi (spinoff del Politecnico di Milano) e Rp Legal & Tax (studio di consulenza storicamente vicino alle imprese innovative), che traccia le linee guida per lo sviluppo di un nuovo sistema di valutazione degli eventi dal vivo, coerente con i principi dello sviluppo sostenibile. «Si è partiti dal quadro legislativo europeo vigente e dalle migliori pratiche che riguardano il settore», spiega Natalia Bagnato, partner Rp

Legal & Tax. Il tutto per costruire un modello di riferimento per agenzie di live e operatori dello spettacolo che consenta di valutare il livello di sostenibilità di un evento musicale e confrontarlo con le migliori pratiche sul mercato. «Principi generali - sottolinea Irene Bengo, docente del Politecnico e consigliere di Triadi - che trovano applicazioni in scelte di grande concretezza». Per dire, nel caso di *Heroes*, festival organizzato da Friends & Partners che vedrà anche l'allestimento di un Green Village sulle rive dell'Adige, si è intervenuti accorciando la filiera dei fornitori, attraverso il ricorso a imprese locali: in questo modo, il numero dei Tir coinvolti nell'allestimento dell'evento scende dalla solita forbice 7/10 a uno o due massimo. A partire da *Heroes* e poi dal nuovo tour di Elisa, che è anche advocate champion della campagna delle Nazioni Unite sugli obiettivi di sviluppo sostenibile, prenderà vita anche il progetto *Music For The Planet*, realizzato da Music Innovation Hub e AWorld a favore di Legambiente, per la messa a dimora di alberi in diverse aree italiane toccate dalla tournée. «Ridurre l'impatto dei live e reinvestire nell'ambiente sono due principi fondamentali delle nostre linee guida», sottolinea Dino Lupelli di Music Innovation Hub, «ma grande attenzione viene data anche alla selezione delle aziende che intendono collaborare a livello di marketing: non consentiamo operazioni di green washing». Uno "spartito" che tutti i promoter italiani potrebbero interpretare, ciascuno in base alla propria sensibilità.

**Money, it's a gas!**  
francescoprisco.blog.ilssole24ore.com

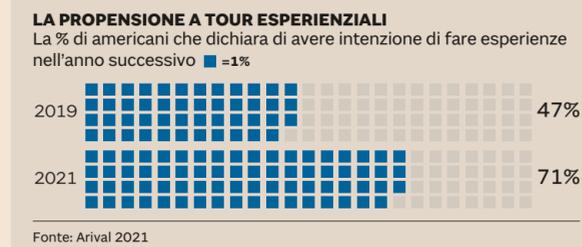
49%

**CALORE NELL'ATMOSFERA**  
I gas serra di origine antropica hanno provocato il 49% di calore in più nell'atmosfera nel 2021 rispetto al 1990, secondo le stime della Noaa.



**PROTOTIPI DI ROBOT PER DYSON**  
Dyson, nota per elettrodomestici innovativi, sta lavorando a prototipi di robot. Non è ancora chiaro lo scopo, ma si può immaginare l'area di utilizzo.

### Le aspettative verso i viaggiatori



### LE PRESENZE ATTESE

Le 10 Regioni più visitate nel 2022 e totale Italia e var. % sul 2021

REGIONE	PRESENZE	VAR. % SUL 2021
Veneto	65.546.036	36,0
Trentino A. A.	46.367.725	53,5
Emilia R.	39.062.923	31,8
Toscana	36.411.502	30,3
Lombardia	26.625.366	33,5
Puglia	15.118.237	17,9
Sardegna	13.414.361	30,4
Piemonte	12.823.420	56,7
Liguria	11.997.514	27,2
Lazio	11.721.755	26,1
<b>TOTALE ITALIA</b>	<b>341.484.522</b>	<b>34,5</b>

Fonte: Demoskopica aprile 2022

ro, attive nel settore del turismo esperienziale incoming di alta qualità, con un riconosciuto know how e un solido modello di business, che oggi intendono replicare nel Sud Italia - commenta Francesca Ottier, Responsabile Fondo Italia Venture Il Fondo Imprese Sud di Cdp Venture Capital Sgr - Il turismo nel nostro Paese è una enorme risorsa che può generare un impatto ancora maggiore in termini occupazionali e di sviluppo del territorio in questa delicata fase post-pandemica». Per Cdp Venture Capital Sgr, Ottier è stata affiancata

nell'operazione da Federico Lanciano, senior investment manager del Fondo Italia Venture II - Fondo Imprese Sud.

Grandi potenzialità future può prospettare anche la partnership industriale già avviata con Destination Italia. La società, operante nel turismo incoming ed esperienziale per tour operator e agenzie di viaggio internazionali e quotata su Euronext Growth Milan, detiene una piccola quota di To Italy e i mercati di riferimento all'estero delle due società sono complementari.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

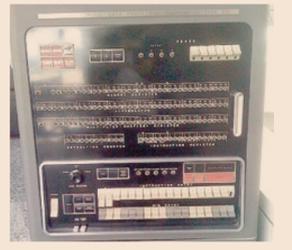
### BREVI

#### COMPUTING

### Settanta anni fa entra il Pc in azienda

Il 29 aprile 1952, il presidente di Ibm, Thomas J. Watson Jr, svelò durante una riunione con gli azionisti che la sua azienda stava costruendo «il computer ad alta velocità più avanzato al mondo». Si chiamava Ibm 701 e la compagnia ne produsse 19 esemplari. Fu il primo calcolatore commerciale di Ibm, in grado di eseguire 2.200 moltiplicazioni e circa 17.000 addizioni e sottrazioni al secondo. Il 701 fu il preludio alla tecnologia di Ibm chiamata Ramac. In pratica il progenitore degli hard disk odierni.

-(L.Tre)



#### CYBERSECURITY

### Oltre il ransomware ecco i cryware

I ricercatori di Microsoft 365 Defender l'hanno definita la minaccia emergente che sta interessando lo scenario della cybersecurity. Il cryware è una nuova forma di attacco che prende di mira i wallet, ovvero i portafogli di criptovalute. Secondo uno studio di Microsoft la minaccia sarà sempre più concreta nei prossimi mesi.

-(L.Tre.)

#### APOGEO SPACE

### Cinque milioni per nanosatelliti Iot

Round da 5 milioni per Apogeo Space, azienda specializzata in nanosatelliti, grazie all'ingresso di Primo Space, parte di Primo Ventures, fondo italiano specializzato nel settore della new space economy. Apogeo Space, nome della nuova azienda che mantiene la mission della precedente Gp Advanced Projects, si pone l'obiettivo di realizzare una costellazione di satelliti in miniatura in grado di garantire connettività a dispositivi Internet of Things a livello globale.

#### GUIDA DEL SOLE 24 ORE

### Alla scoperta di Nft e metaverso

Nft e Metaverso diventeranno sempre più strumenti quasi ordinari di una rivoluzione che avrà impatto significativo sulle nostre abitudini, relazioni sociali e lavorative. A oggi non esiste un inquadramento giuridico degli Nft e del Metaverso per la creazione, commercializzazione e rivendita, così come per gli aspetti legati alla proprietà intellettuale. La Guida del Sole 24 Ore illustra cosa sono, possibili impieghi ed effetti giuridici e fiscali. In edicola a 9,90 euro e online su: [offerte.ilssole24ore.com/nftmetaverso](http://offerte.ilssole24ore.com/nftmetaverso)



### CONSULTHINK / Strategie avanzate di cyber security al servizio delle aziende

a cura di PUBLISCOPE GROUP

## La resilienza al tempo del ransomware

Aumentano in modo esponenziale gli attacchi informatici e non sempre le aziende riescono a ripristinare l'attività. Paolo Immarco, direttore tecnico:

"Protezione, prevenzione e personalizzazione delle soluzioni sono le parole d'ordine"



Il ransomware è un malware che infetta i computer e rende inaccessibili i dati con l'obiettivo di chiedere un riscatto per ripristinarli. Un genere di attacchi hacker che negli ultimi anni si è perfezionato, diventando sempre più subdolo e di difficile individuazione. Secondo un rapporto pubblicato dalla società di analisi blockchain Chainalysis, le organizzazioni vittime di attacchi ransomware hanno pagato nel 2021 ben 602 milioni di dollari in riscatti. La minaccia arriva generalmente tramite e-mail malevole, camuffate da comunicazioni bancarie o di altra natura, che spingono gli utenti a scaricare allegati o cliccare su un link. È proprio a questo punto che l'attacco ha successo, rendendo possibile l'installazione di un software che impedisce

all'utente l'accesso ai file tramite blocco crittografico. Un danno che per le aziende può essere enorme perché, oltre al riscatto vero e proprio, devono mettere in conto l'interruzione delle attività e la perdita o il danneggiamento dei dati che spesso non vengono ripristinati nonostante il pagamento del riscatto. Tanto che, secondo un'indagine Sophos condotta nel 2020 in 26 Paesi tra 5.000 IT manager, le aziende che pagano il riscatto spendono fino al doppio in più per ripristinare l'attività aziendale. La soluzione è quella di non farsi mai trovare impreparati e rivolgersi a realtà in grado di mettere in campo soluzioni che prevengano i danni catastrofici di un evento di questa natura. In Consulthink Spa, società italiana specializzata in cyber security, le idee sono molto

chiare. "Progettiamo e realizziamo per i nostri clienti ambienti isolati ('air-gapped') per il ripristino (IRE - Isolated Recovery Environment), che utilizzano al loro interno archivi di dati di back-up immutabili (data vault)", spiega Paolo Immarco, direttore tecnico e vicepresidente. Ma non è tutto. Consulthink utilizza inoltre ulteriori livelli di protezione tramite prodotti basati su tecnologie innovative, tra cui il machine learning, che consentono di rilevare l'attacco già nelle fasi iniziali, mentre si dispone ancora delle copie pulite. "Con queste due tecniche combinate - assicura Immarco - si riesce a ottenere, oltre all'innalzamento del livello di protezione dei dati, anche la possibilità di un migliore e più rapido rilevamento di eventi avversi (ransomware e cifratura sui dati)". La strategia di Consulthink, quindi, prevede prima di tutto l'individuazione e la personalizzazione della soluzione, che è diversa per ogni azienda, e poi la sua progettazione e realizzazione. Infine, aggiunge, "Si può e si deve intervenire in molti modi, a partire da una corretta analisi dei rischi, con architetture di sicurezza ben disegnate, con un monitoraggio costante e attraverso processi interni quali Incident Response, Vulnerability Assessment, Piani di Disaster Recovery, nonché una continua attività di formazione e Awareness verso tutto il personale". ■

[www.consulthink.it](http://www.consulthink.it)

© RIPRODUZIONE RISERVATA