

# DIGITAL 4 TRADE

18/2018



**SONO I DATI  
L'ASSET PIU  
IMPORTANTE DA  
PROTEGGERE**



**POST GDPR:  
ORA SI  
APRONO LE  
DANZE**



**DATA SCIENCE  
E SICUREZZA,  
BINOMIO  
VINCENTE**



**DISTRIBOUTIQUE:  
IL CANALE FA  
SQUADRA**

# PER VAR GROUP IL PUNTO DI ARRIVO È IL MADE IN ITALY 4.0

La Convention Var 2018 di Riccione ha ribadito lo stato di salute del system integrator, capace di mettere a segno una crescita del 22% rispetto all'anno precedente. Andando ben oltre la semplice rivendita

Gianluigi Torchiani

Sono passati dieci anni dalla nascita del marchio Var Group e ben 20 dall'avventura di Computer Var, ma la missione del gruppo rimane sempre la stessa: l'incontro di tecnologia e digitale con la gestione dell'impresa a 360 gradi. La conferma si è avuta in occasione della #conventionvar 2018 di Riccione, che come ogni anno ha richiamato migliaia di partecipanti tra clienti e partner. I risultati di business, d'altronde, danno ragione a questa strategia consolidata: come ha messo in luce l'amministratore delegato Francesca Moriani, Var Group è ormai una realtà da 290 milioni di euro, un dato in crescita del 22% rispetto all'anno precedente. A conferma di una

goria "Outstanding Watson Internet of Things Solution", grazie allo sviluppo della soluzione Loc&Trace for safety and security, una piattaforma di Indoor Positioning che permette di monitorare persone, veicoli e attrezzature, garantendone la sicurezza anche in condizioni estreme. Un qualcosa che, come è facile da capire, è molto diverso dalla pura e semplice rivendita: un cambiamento del business frutto delle pressioni tecnologiche che, inevitabilmente, impattano su una realtà profondamente immersa nel mercato come Var Group. A cominciare, naturalmente, da quello che è probabilmente il fenomeno più dibattuto del momento, vale a dire Industria 4.0. Una trasformazione tecnologica che, secondo il gruppo, è in grado di assicurare ai clienti finali maggiore flessibilità, velocità, produttività, qualità e competitività, e deve dunque essere adeguatamente supportata. In realtà però, oltre che al solo mondo industriale, Var Group guarda all'intero pianeta del Made in Italy, tanto da aver coniato il termine Made in Italy 4.0, con tantissimi progetti attivi in filiere cruciali per l'economia nazionale come food&wine, retail e GDO, fashion, meccanica industriale. A prescindere dai casi specifici, i diversi progetti hanno senza dubbio in comune un aspetto: il valore aggiunto che vuole portare Var Group è quello di mettersi tra tecnologia e mercato per rendere più semplice queste delicate transizioni tecnologiche. Che, nella logica del system integrator, devono essere realizzate nei tempi più rapidi possibili. Ovviamente, per stare al passo con queste e altre innovazioni, anche la stessa Var Group ha necessità di innovarsi. Un tema, quello della formazione e delle competenze, che nel corso della Convention Var si è fatto ancora una volta estremamente concreto con la IV Edizione #HackathonVarGroup: il vincitore di quest'anno è stato il gruppo Apple Academy che ha realizzato per Confesercenti Nazionale una speciale chatbot.



Giovanni e Francesca Moriani sul palco della Convention Var 2018

tendenza ormai avviata da alcuni anni, la tradizionale rivendita di soluzioni tecnologiche (business technology solutions) ormai vale meno della metà del fatturato complessivo (141 milioni di euro), mentre il resto arriva dalle aree più innovative, vale a dire ERP & industry solutions (89 milioni di euro), Managed & Security services (44 milioni di euro) e digital solutions (16 milioni di euro, ma in crescita del 45%). Lo testimonia, molto concretamente, il premio che è stato ricevuto da Var Group pochi mesi fa da IBM: Var Group ha vinto a livello globale nella cate-