

MARKET WATCH

Nr. 147/15 IULIE - 15 SEPTEMBRIE 2012

**Piața locală MPS,
argumente,
beneficii,
provocări**

**Comunitatea
GIS românească
a împlinit 10 ani**

**Interoperabilitatea
locală are nevoie
de puțină magie**



**INCDFM se impune
în cursa științifică pentru
realizarea materialelor adecvate
reactoarelor de fuziune nucleară**

PRINTEAZĂ DIRECT DE PE DISPOZITIVUL TĂU APPLE

Achiziționează acum* o imprimantă de format mare HP Designjet 510, HP Designjet T790, HP Designjet T1300 sau primul multifuncțional de mare format HP Designjet T2300 eMFP și primești un iPhone, iPod sau iPad.

*Promoție valabilă până la 31 Iulie 2012

Seria Designjet 510 -
iPod Touch, 8GB

Seria Designjet T790 -
iPhone 4, 8GB

Seria Designjet T1300 -
iPad 2 cu Wi-Fi 3G, 32 GB

Seria Designjet T2300 -
iPad 2 cu Wi-Fi 3G, 32 GB



Urmărește pagina Grup Transilvae pe Facebook pentru a fi la curent cu promoțiile și noutățile noastre.

www.transilvae.ro
Tel.: 021 456 12 32
e-mail: sales@transilvae.ro



Grup Transilvae



Social Media în Business2Business



Am discutat cu mai multe persoane, în ultima vreme, dacă Social Media este un canal util pentru companiile active în Business2Business. Cu excepția LinkedIn, mulți nu văd un beneficiu imediat în această direcție, însă toți au remarcat activitatea intensă a unor branduri din domeniul Business2Consumer. Chiar dacă există câteva nume din IT care au spart gheața și sunt prezente pe Facebook, canale precum LinkedIn și Twitter sunt foarte departe de o utilizare eficientă și sunt mult mai potrivite pentru B2B. Evident, prezența în Social Media nu înseamnă îngroparea canalelor tradiționale, ci doar adăugarea unor elemente noi în strategia de marketing.

Înainte de toate, Social Media înseamnă relații, care se construiesc în timp și cu mare atenție și, la fel de important, înseamnă mai mult să asculți decât să comunici. Am remarcat că aceasta este greșeala cea mai frecventă, toată lumea vrea să comunice, să plaseze o informație sau, și mai complicat, să se promoveze în Social Media. Pentru un brand orientat către consumatorul final, abordarea poate fi bună, însă pentru B2B este nevoie de mai mult rafinament.

Social Media poate ajuta la realizarea unei trasabilități la nivel de HR, prin care se pot afla companiile în care a lucrat un viitor interlocutor, preocupările sale, punctele sale de vedere pe anumite subiecte, pasiuni etc. Se poate obține astfel o imagine mult mai clară a target-ului unei companii, iar abordarea poate fi schimbată în consecință, de la propunerea unei oportunități de afaceri până la evitarea unui subiect incomod. Social Media nu este un instrument de vânzări, însă poate genera oportunități și lead-uri dacă o companie ascultă și participă în spațiul virtual la discuții relevante despre domeniul său de activitate sau propune dezbaterea unor astfel de subiecte.

Un aspect foarte relevant în mediul B2B este și dezvoltarea propriilor comunități de tip Social Media, pe o platformă proprie sau pe una deja existentă. Un grup de discuții pe LinkedIn, unde clienți și prospekți să poată împărtăși experiențe, poate fi o astfel de inițiativă, dar care necesită o atenție constantă și, în egală măsură, o investiție de timp și cunoștințe.

Social Media poate nu va fi cel mai eficient instrument pentru generare de lead-uri, însă va contribui la creșterea brand awareness-ului și va fi un element care va face mix-ul de marketing mai acroșant.

Social Media în B2B nu este un subiect de ignorat, dar nici nu trebuie să creeze așteptări false. O abordare prudentă, fără blocarea unor resurse importante este recomandabilă. Un aspect relevant este că implicarea în acest mediu transcende echipa de Marketing și PR și necesită o participare extinsă, deoarece Social Media înseamnă înainte de toate relaționare.

Gabriel Vasile



Managerial Tools/Opinia Consultantului

10



Cloud Computing/Virtualizare

26



Cercetare/Tehnologii generice esențiale

28



Cover Story

6

INCDFM, în cursa pentru realizarea reactoarelor de fuziune nucleară

Managerial Tools

Opinia consultantului

10

O nouă lume mai agilă

Project Management

12

Managementul performanței în proiecte

Business Solutions

DM

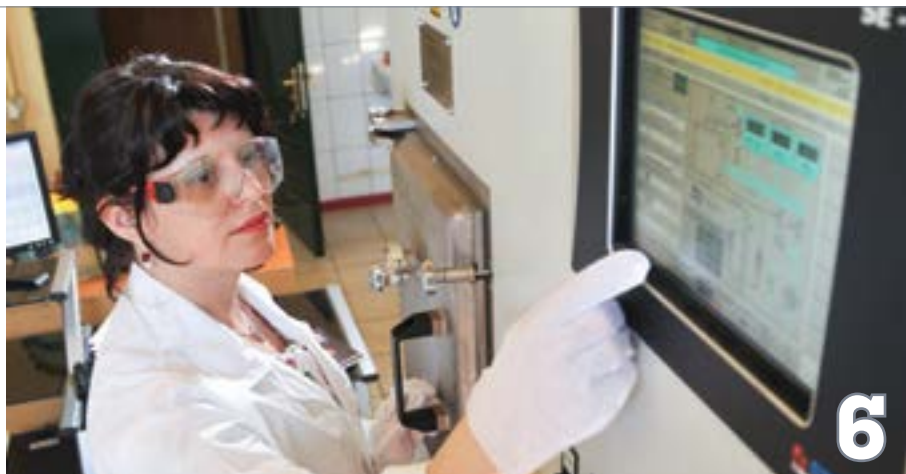
14

Managed Print Services, argumente, beneficii, provocări

Backup și deduplicare

18

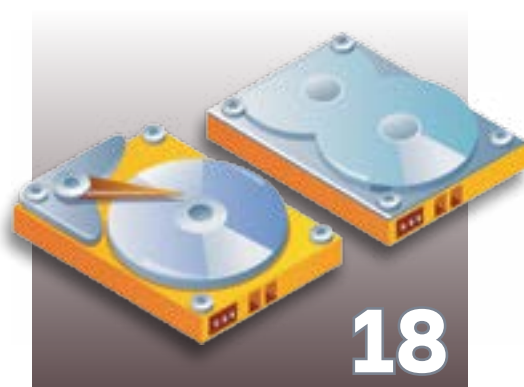
Cu ce provocări se confruntă companiile în zona de backup



6



14



18



20



28



37

Interviu

Mihai Calu,
director general
Softeh Plus:

Cum a depășit Softeh Plus
„impasul” Prescripției Electronice



38



10

CRM

20

În Telco, CRM-ul face diferența

Securitate

22

Clasificarea datelor interne, fundamentul securității

24

Oportunități de socializare și informare la Provision Days 2012

Cloud Computing

Virtualizare

26

De ce preferă companiile mari românești modelul Private Cloud

Cercetare

Tehnologii generice esențiale

28

Un Eldorado asiatic: Hsinchu Science Park (Taiwan)

Fizică nucleară

31

De la nuclee la stele: Școala Carpatină de Fizică „Nuclee Exotice și Astrofizică Nucleară/Particule (IV)”

Lumea Geospațială

32

Comunitatea GIS românească a împlinit 10 ani

Industry Watch

Sănătate

36

Prescripția Electronică, între beneficii și critici

37

Cum a depășit Softeh Plus „împasul” Prescripției Electronice

Administrație publică

38

Interoperabilitatea românească are nevoie de puțină magie

Servicii

40

Românii salvează copaci prin factura electronică

Comunicații

44

Licitarea de spectru își așteaptă mușterii

Social media

46

Companiile românești în social media

MW Review

50

Editor: Fin WATCH

Aleea Negru Vodă nr. 6, bl. C3, sc. 3
parter, 030775, sector 3, București
Tel.: 021.321.61.23; Fax: 021.321.61.30;
redactie@finwatch.ro
www.marketwatch.ro
P.O. Box 4-124, 030775

Director General FIN WATCH:
Călin Mărcușanu@finwatch.ro

PUBLISHER MARKET WATCH:
Gabriel.Vasile@finwatch.ro

Redacția:

Redactor-șef: Radu.Ghițulescu@marketwatch.ro
Redactori: Luiza.Sandu@marketwatch.ro
Consultanți: Valentina.Neacșu@itex.ro
Flvan@totalsoft.ro

Publicitate:

Director: Alexandru.Batali@finwatch.ro

Art Director: Cristian Simion

Foto: Septimiu Șlicaru (tslicaru@yahoo.com)

Abonamente: redactie@finwatch.ro

Distribuție:

Director: Elena Corneanu
Sorin Părvu

Tipar: Tipografia REAL

Data închiderii ediției:
15 iulie 2012

NOTĂ: Reproducerea integrală sau parțială a articolelor sau a imaginilor apărute în revistă este permisă numai cu acordul scris al editurii. Fin Watch nu își asumă responsabilitatea pentru eventualele modificări ulterioare apariției revistei. **Fin Watch SRL este membru al Biroului Român pentru Auditarea Tirajelor – BRAT. Market Watch este o publicație auditată BRAT.**



Copertă

Cercetător în laboratorul HOTMAT din INCDFM

INCDFM, în cursa reactoarelor de



Monitorizare computerizată în timp
real a procesului tehnologic la instalația
de sinterizare asistată de câmp electric

pentru realizarea fuziune nucleară

- Infrastructura high tech permite dezvoltarea materialelor pentru medii extreme

Fuziunea nucleară este, în momentul de față, cea mai credibilă sursă potențială pentru energia viitorului. În acest sens, în Europa este în plină desfășurare unul dintre cele mai mari proiecte științifice și tehnologice la nivel global, Euratom fuziune. Din punctul de vedere al materialelor, problemele principale privesc componentele care vor crea armura incintei care va conține plasma, sistemul de preluare a energiei termice generate și materialele pentru structura de rezistență a reactorului. Aceste materiale trebuie să reziste la temperaturi înalte și fluxuri puternice de radiații, să fie capabile de a transfera rapid caldura și, în același timp, să poată crea o structură puternică, capabilă să includă și simultan să protejeze un volum mare de plasmă. Materialele și tehnologiile industriale actuale de producere a acestora nu pot furniza acum soluții conforme cerințelor unui reactor de fuziune, dar, împreună cu partenerii săi, INCDFM s-a dedicat tocmai efortului științific ce vizează aducerea frontierelor cunoașterii în zona posibilului.

■ Dr. Andrei Galațanu

HOTMAT, infrastructura INCDFM dedicată materialelor pentru medii extreme

Institutul Național de Cercetare-Dezvoltare pentru Fizica Materialelor (INCDFM) s-a alăturat în ultimii ani acestui efort global de cercetare pentru dezvoltarea unor materiale adecvate, utilizând o infrastructură recent creată pentru producerea și investigarea materialelor pentru

medii extreme, HOTMAT. Această infrastructură, o investiție de circa un milion de euro, este axată pe cele mai moderne tehnici și echipamente pentru metalurgia pulberilor metalice, ceramice sau compozite (figura 1), precum și pentru analiza proprietăților lor la temperaturi înalte. Principalele echipamente pentru producerea de materiale sunt cele de sinterizare asistată de câmpuri electrice, sinterizare asistată de presiune și sinterizare asistată de câmpuri de microunde, iar prezența

lor în cadrul aceluiași institut este unică în România și rar întâlnită chiar și în institute de top din Europa.

Echipamentul de sinterizare asistată de câmp electric sau „Spark Plasma Sintering” (SPS) este capabil să realizeze temperaturi de peste 2200 grade C, atât prin convecție (încălzire indirectă), cât și prin descărcare electrică între grăunții materialului. În plus, aparatul permite și aplicarea unei forțe uniaxiale asupra materialului procesat. Avantajul cel mai mare este însă constituit de posibilitatea creșterii și descreșterii temperaturii în mod controlat cu până la 400 grade/minut. Având în vedere faptul că aceste variații sunt generate de prezența sau absența descărcării electrice chiar în interiorul materialului, rezultă un timp necesar de lucru de ordinul zecilor de minute, foarte scurt dacă îl comparăm cu procesele de sinterizare clasică, care durează și câteva zile pentru același material. Mai mult, un timp de procesare scurt diminuează creșterea grăunților, materialul final conservând morfologia pulberilor inițiale, ceea ce permite realizarea de materiale masive nano-structurate. Expertiza cercetătorilor din grupul nostru a condus la o dezvoltare a capacităților echipamentului pentru realizarea unor probe cu forme complexe și extinderea domeniului de lucru în ceea ce privește presiunea aplicabilă și temperatura de lucru.

Echipamentul de sinterizare asistată de câmp de microunde „MicroWave Sintering” (MWS) poate, de asemenea, realiza viteze mari de încălzire/răcire, precum și temperaturi de lucru de până la 2000 grade C, în funcție de calitatea de

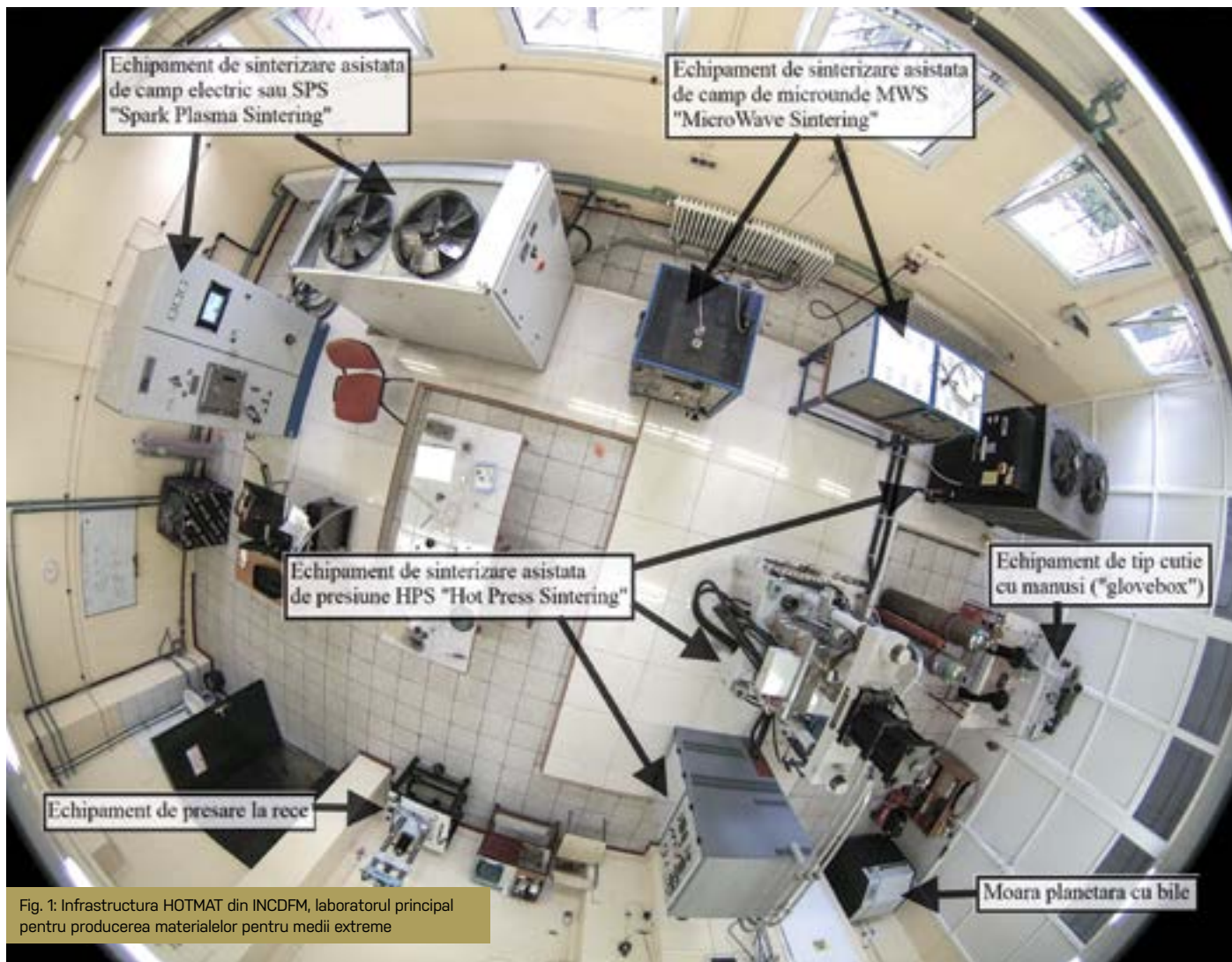


Fig. 1: Infrastructura HOTMAT din INCDFM, laboratorul principal pentru producerea materialelor pentru medii extreme

absorbant de microunde a materialului. Avantajul principal al echipamentului este dat de posibilitatea de procesare a unor componente cu forme și dimensiuni arbitrare, în diferite tipuri de atmosfere (gaze de lucru, inerte sau active).

Echipamentul de sinterizare asistată de presiune „Hot Press Sintering” (HPS) este capabil să atingă temperaturi de până la 2300 grade C și să aplice

în același timp o forță de 100 kN pe o secțiune cu diametrul de 5 cm. Avantajul principal, rezultând din modul de proiectare al echipamentului, îl constituie existența unei zone largi de temperatură foarte stabilă, asigurând astfel procese tehnologice caracterizate prin parametri precizi și reproductibili.

Acestor instalații li se adaugă în cadrul HOTMAT o moară planetară cu bile, cu

4 posturi de măcinare și viteză de rotație de până la 400 rpm, utilizabilă atât pentru măcinare, cât și pentru aliere mecanică, și o instalație de topire de aliaje cu răcire ultrarapidă, de tip „melt spinning”, cu ajutorul căreia se pot realiza benzi amorfă. Acestea pot fi utilizate ca atare în cadrul cercetărilor din institut sau pot constitui materiale precursor pentru brazări sau realizarea de materiale compozite.

Participare la Euratom fuziune

În ultimii ani, complementar HOTMAT, achiziționarea de echipamente de ultimă generație pentru diferite analize, precum și expertiza recunoscută internațional a cercetătorilor INCDFM, au condus la o expansiune rapidă a prezenței institutului în proiectele din cadrul Euratom fuziune, acoperind o arie largă de tematici, de la aspecte de cercetare fundamentală, până la realizarea de machete pentru teste. Euratom fuziune este, în primul rând, un efort științific considerabil și convergent în domenii precum fizica plasmei, fizica materialelor, inginerie și informatică, pentru elaborarea tehnologiilor necesare exploatarea energiei obținute din fuziune.

Primele noastre rezultate importante

Dintre subiectele abordate cu deosebit succes trebuie menționate materialele cu gradient funcțional W-oțel, cu aplicație atât pentru componente de armură, cât și pentru sistemul schimbător de căldură („divertor”), compozitele pe bază de carburi de siliciu și W, precum și dezvoltarea unei serii de tehnici de îmbinare, cu trenuri de pulsuri electrice, la temperaturi ridicate, pentru materiale nesudabile.

Materiale cu gradient funcțional W-oțel

Materialele cu gradient funcțional (FGM) reprezintă o soluție conceptual elegantă de a îmbina proprietățile a două materiale, asigurând o trecere graduală între acestea. În cazul componentelor pentru reactoarele de fuziune este necesară îmbinarea proprietăților refractare ale W (wolfram) – singurul material care poate asigura rezistență la fluxurile mari de căldură și radiație – cu rezistența mecanică a oțelurilor feritice cu Cr (crom), care reprezintă opțiunea cea mai probabilă pentru a asigura structura de rezistență a reactorului. În principiu, un astfel de material se poate realiza prin suprapunerea unor straturi subțiri cu compoziții variabile de W și oțel. Realizarea practică prin metode metalurgice clasice este însă imposibilă, în primul rând datorită temperaturilor de topire foarte diferite ale oțelurilor (în general aproximativ 1500 grade C) și W (3600 grade C). Mai mult, natura fragilă și puțin ductilă a W și a aliajelor bogate în W face imposibilă aplicarea unor procedee de prelucrare termo-mecanică uzuale. Pentru a realiza un astfel de material, alternativa aplicată cu succes de grupul de cercetători din INCDFM implică tehnici avansate de metalurgia pulberilor. Amestecuri de pulberi cu dimensiuni nanometrice au fost realizate prin amestecare mecanică în atmosfera protectoare în moara planetară, iar compozițiile graduale au fost depuse în straturi succesive și apoi compactate prin SPS. Au putut fi obținute probe cu până la 10 straturi diferite compozițional și cu grosimi variind între 0.1 și 1 mm pe strat. Astfel se pot realiza componente cu dimensiuni și forme variabile, adecvate specificațiilor proiectului de reactor DEMO. Figura 2 prezintă structura cu compoziții graduale de W și oțel, într-un FGM realizat în INCDFM.

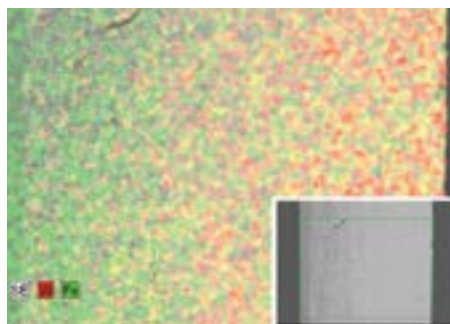


Fig. 2: Harta compozițională (figura principală) și imaginea de microscopie electronică de baleiaj ale unui FGM oțel-W realizat în INCDFM

Materiale compozite SiC-W

Carbura de siliciu SiC este un material dur, rezistent la temperaturi înalte, care ar putea avea un potențial deosebit în zona materialelor pentru reactoare de fuziune. O serie de inconveniente îl fac însă deocamdată inaplicabil: este casant, are o porozitate și permeabilitate mare la gaze, conține Si, care se activează nuclear ușor, și are o conductibilitate termică scăzută la temperaturi mari, ceea ce împiedică transportul termic prin material. Soluția pentru a depăși aceste deficiențe constă în realizarea de materiale compozite. În acest sens, în INCDFM, în cadrul Euratom, au fost abordate mai multe direcții: protejarea materialului bulk SiC cu un strat de W suficient pentru a reduce fluxul de radiație care ajunge la atomii de Si din interior, realizarea unui compozit masiv cu o conductibilitate termică crescută prin dopaj cu W și V (vanadiu) – buni conductori termici, reducerea porozității și, respectiv, permeabilității prin utilizarea tehnicilor avansate de preparare disponibile, precum și creșterea rezistenței mecanice prin utilizarea a diferite fibre (C, SiC, cu sau fără interfață). Rezultate remarcabile au fost obținute atât din punctul de vedere al realizării de componente, cât și al înțelegerii mecanismelor microscopice care conduc la creșterea conductibilității termice în compozite SiC-W. A fost dezvoltată astfel o tehnologie eficientă și rapidă pentru a asigura alipirea unui strat de W la materialul masiv, utilizând sinterizarea asistată de câmp electric, în timp ce sinterizarea asistată de presiune îmbunătățește considerabil densitatea materialului. De asemenea, utilizarea microundelor în cazul SiC (bun absorbant) permite realizarea unor temperaturi de lucru foarte ridicate și o compactizare suplimentară a probelor. În

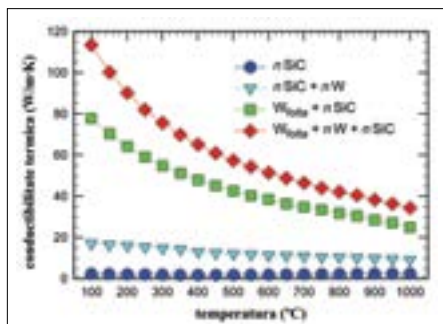


Fig. 3: Dependenta de temperatură și morfologie a probelor pentru conductibilitatea termică a compozitelor SiC-W.

figura 3 este redată dependența de temperatură și morfologie a probelor pentru conductibilitatea termică a compozitelor SiC-W. Se poate observa o creștere de până la 8 ori a valorii conductibilității termice la 1000 grade C a materialelor cu dispersii nanometrice de W. Măsurătorile au fost realizate utilizând un echipament de tip „Laser Flash Analyzer“ de ultimă generație, disponibil în cadrul infrastructurii HOTMAT.

Îmbinarea materialelor nesudabile prin trenuri de pulsuri electrice

În multe cazuri, din cauza formei sau/și proprietăților materialelor utilizate, îmbinarea prin sudură a două componente nu este posibilă. Astfel de situații se regăsesc cu precădere în cazul proiectului pentru un reactor de fuziune, unde unul din materiale este W. Prelucrarea mecanică dificilă, ca și considerentele de etanșeitate la temperaturi înalte fac imposibile îmbinările mecanice clasice cu filet sau nituri. Alternativ se pot utiliza diferite metode de brazare (lipire prin difuzia la temperatură înaltă a unui material intercalat între cele două componente) sau lipire directă prin difuzie între cele două componente. INCDFM s-a implicat în acest subiect important al proiectului prin studiul metodelor menționate, utilizând în principal tehnica SPS. Cercetările privesc atât optimizarea materialului de brazare (compoziție, morfologie), cât și posibilitățile tehnologice legate de forma și modul de îmbinare a componentelor. Rezultate promițătoare au fost obținute atât în cazul lipirii directe prin difuzie asistată de trenuri de pulsuri electrice, cât și în cazul brazării, utilizând pulberi nanometrice în procese de încălzire rapidă asistată de presiune. Pe lângă aceste direcții principale, tot în cadrul proiectului „Euratom fuziune“, începând cu acest an se lucrează la prepararea de oțeluri întărite cu dispersii oxidice.

În final, trebuie precizat că infrastructura specializată HOTMAT este utilizată cu succes și în cadrul proiectelor privind alte materiale funcționale, cum sunt cele pentru generația a patra de reactori nucleari de fuziune, materiale termoelectrice sau supraconductoare avansate. Detalii tehnice suplimentare se regăsesc în pagina institutului: www.infim.ro.



Florian Ivan
Director pentru Educație
și Certificare, Project
Management Institute
florian.ivan@pmi.ro

O nouă mai

Dacă ar fi să sumarizez sesiunile care se discută pe la conferințele de project management aş putea spune că, de fapt, se discută două teme mari: de ce eşuează proiectele şi Agile cu toate rudele sale. Cu scuza că puțin cinism nu a făcut rău nimănui, aş putea spune chiar că Agile a apărut, cel puțin ca temă de discuție, pentru că de ani buni deja, tot ratăm proiecte. Este Agile soluția miraculoasă care ne face să fim mai optimiști când privim rapoartele despre proiecte de succes versus proiecte eşuate?

Apărută inițial în domeniul software, acolo unde, nu-i așa, proiectele nu eşuează niciodată, mișcarea Agile a cuprins deja întreaga planetă. Nu, nu este o exagerare, pentru că peste tot în lume subiectul este dezbătut cu multă ardoare. Mai mult chiar, organisme globale, cum este cazul Project Management Institute (PMI), îi alocă timp, efort și încredere. Spun încredere pentru că deja PMI a lansat și o certificare pentru cei care practică metodologiile Agile, ceea ce

înseamnă că un organism cu greutatea și prestația PMI își „sponsorizează” cu propria credibilitate mișcarea Agile.

Pentru a nu fi al „n+1”-lea articol pe tema Agile care vorbește despre backlog sau sprinturi, vom alocă în cele ce urmează puțină atenție impactului pe care îl are această orientare în lumea project managementului. Pentru că, dacă toată lumea vorbește despre asta, înseamnă că deja are un impact, chiar și numai dacă acest impact ar fi că irosește timpul specialiștilor din domeniu. Părerea bună pe care o am despre oamenii din această meserie mă face să cred că este ceva serios cu acest Agile. Dacă a depășit domeniul software, domeniu de altfel destul de enclavizat, înseamnă că în mod sigur, pe undeva și-a demonstrat utilitatea. Zilele trecute vorbeam cu un prieten, project manager la o respectabilă firmă de asigurări, care îmi povestea despre cum folosesc ei Agile. Firmă de asigurări care să folosească Agile? S-a întors lumea pe dos?

Am selectat trei lucruri pe care, indiferent de domeniul de activitate, nu se

poate să nu le apreciezi și chiar preiei de la Agile. De ce trei? Pentru că sună a cifră magică și, așa cum am spus mai sus, e ceva magic cu acest Agile.

Cel mai mult am apreciat faptul că m-a învățat cum se mănâncă un elefant. Știam eu dinainte că se mănâncă bucăți cu bucăți, dar acum am descoperit și o metodologie pentru a mânca elefantul. Agile ia întregul, îl sparge în bucățele, prioritizează bucățelele și apoi te obligă să nu vezi altceva decât bucăți la care lucrezi. Nu există nimic altceva! Ceea ce trebuie să recunoaștem că în lumea de azi, când un milion de lucruri ne distrag atenția, este remarcabil să te poți concentra 100% pe un task. Am învățat din asta că nu există proiect (prea) mare pentru că, de fapt, el este doar o suită de mini-proiecte legate între ele și că nu trebuie să lași grandoarea și complexitatea să te domine. Este o abordare în care ești forțat să te gândești tot timpul la scop, la livrabil, la rezultatul muncii tale. Dincolo de task-uri, Gantt-uri, resurse și planuri există un elefant de mâncat.



lume agilă

De la Kanban, un fel de ramură a Agile, am preluat organizarea muncii. Un task nu poate fi decât într-una din următoarele trei faze: planificat (to do), în curs de realiza-

Agile ia întregul, îl sparge în bucățele, prioritizează bucățelele și apoi te obligă să nu vezi altceva decât bucățica la care lucrezi

re (work in progress sau WIP) sau efectuat („done” și acceptat de toată lumea). Am fost șocat să aflu că noi, oamenii, ne putem impune limite. Că putem să ne propunem, de exemplu, să nu facem mai mult de trei lucruri în același timp. Pentru că, deși noi știm că putem face 10 lucruri în același timp, experiența ne arată că nu le vom termina la timp sau că nu vom face niciunul bine. Kanban te învață cât de util este să îți impui limite (WIP limits) și să nu treci la următorul subiect de pe agendă până nu l-ai livrat corespunzător pe cel la care lucrezi în prezent.

Ca om care a lucrat toată viața cu clienții, nu puteam să nu apreciez intimitatea cu clienții pe care trebuie să o ai în abordările Agile. De multe ori, odată început proiectul, ne e teamă de orice interacțiune cu clientul. Și pe bună dreptate! Pentru că de câte ori îl vedem, ori ne spune că nu e bine ce am făcut ori, dacă e bine, îi mai vin idei și vrea mai mult decât am agreat inițial. Și totuși... Clientul este cel care plătește, fie el și client intern. El este

cel pentru care s-a inițiat proiectul. El este rațiunea de a fi a proiectului. Dar, dincolo de aceste aspecte care dau mai degrabă în filozofie decât în pragmatismul de care avem nevoie, interacțiunea cu clientul ne ajută să ne validăm că ceea ce facem, facem bine. Și, în condițiile de incertitudine în care operează asemenea proiecte, validarea intermediară sau parțială a clientului este cea mai sigură poliță de asigurare împotriva eșecului. Într-adevăr, nu garantează succesul. Dar lipsa ei creează premisele pentru o mulțime de probleme mai târziu. Dincolo de acest beneficiu pentru echipa de proiect, legăturile strânse cu clienții ajută și la crearea și consolidarea încrederii în echipa de proiect. La început, toată lumea este circumspectă, pentru că orice proiect este o nouă aventură. Dacă echipa este nouă, provocarea este cu atât mai mare. Livrări intermediare, sesiuni de feedback, prezentări sau simple discuții cu clienții îi ajută pe aceștia să vadă că echipa lucrează, că există progres și, foarte important, că nu trebuie să aștepte cu sufletul la gură până la sfârșitul proiectului pentru a vedea ce s-a făcut de fapt.

Exemplele pot continua, iar aplicabilitatea lor este limitată doar de propriile noastre percepții și constrângeri. Cert este că tot mai multe organizații, din domenii de activitate cât mai variate, încep să adere la Agile. După ce ani întregi ne-am întrecut în complexitate, este acum timpul să revenim la simplitate, la lucruri pe care le putem face în activitatea noastră de zi cu zi și care chiar dau rezultate. ■

**CURS DESCHIS DE
VANZARI PENTRU IT**
disponibil in fiecare luna

SALES QuickSTART

Adauga la pasiunea si
entuziasmul pentru tehnologie
metode si tehnici avansate de
vanzari specifice domeniului IT

*Cauta urmatorul curs open pe
www.salesprocess.ro*

Inscrieri la

Email: training@axioma.ro
Telefon: 031 425 38 84 | 031 425 38 87



Axioma Solutions

Bucuresti, Bd Iuliu Maniu Nr 7, Corp U, Etaj 4
www.salesprocess.ro

Managementul performanței în pr

Până de curând, managementul performanței s-a focalizat exclusiv pe angajați, măsurând contribuția fiecăruia în cadrul companiei. Este ceea ce numim evaluarea performanței. În prezent, managementul performanței este considerat esențial în strategia unei companii, fiind un proces integrat, care nu se focalizează doar pe evaluarea angajaților, ci și pe evaluarea modului în care organizația – prin procesele și proiectele sale – își atinge obiectivele propuse. Altfel spus, se urmărește activ alinierea și realizarea obiectivelor individuale și a celor organizaționale.

Ce înseamnă și cum obținem performanța în proiecte?

Atâta vreme cât în proiecte se aplică managementul de proiect, acesta trebuie să acopere și aspectele legate de managementul performanței în proiectele respective.

„La ce ne gândim când zicem managementul performanței? Primul pas stă în definirea termenilor. În engleză, cuvântul „performance” înseamnă execuția, realiza-

rea unei sarcini, a unei activități. În română, performanță înseamnă să iei medalia de aur la Olimpiadă, înseamnă realizarea unor activități excepționale. Să luăm un exemplu: Care este diferența între a face sport și a face sport de performanță? Pentru unii, a face sport înseamnă a ieși două ore la tenis, din care 30 de minute de joc, restul la o terasă cu prietenii. Pentru alții, înseamnă obținerea unei anumite poziții în clasamentul ATP. Putem spune că unii își ating obiectivele mai bine decât ceilalți? În niciun caz. Ambii pot să își atingă obiectivele, doar că ele sunt diferite, sunt condiționate de altfel de contexte și necesită resurse diferite. De aceea, indiferent pe care dintre definițiile prezentate le luăm în considerare, fie pe cea din limba engleză, fie pe cea din limba română, managementul performanței înseamnă de fapt urmărirea modului în care sunt (sau nu) atinse obiectivele”, precizează Simona Bonghez, membru al PMI Leadership Institute Advisory Group, trainer și consultant în managementul proiectelor.

Atunci când vorbim despre managementul performanței, obiectivele urmărite pot fi ale organizației, pot fi derivate din obiectivele organizației – ca de exemplu obiectivele unor departamente sau ale unor grupuri de persoane – sau pot fi derivate din obiectivele departamentelor, adică obiectivele individuale. Pentru fiecare dintre ele, organizația trebuie să ia măsurile adecvate. Trebuie să le definească, să urmărească modul în care sunt puse în aplicare, să le evalueze și să le recompenseze, pozitiv sau negativ.

Managementul performanței la nivel de proiect

Organizația ar trebui să implementeze managementul performanței astfel încât

aspectele analizate la nivel de individ – stabilirea obiectivelor, verificarea măsurii în care respectivele obiective sunt atinse, rezultatele pe care le obține angajatul, evaluarea rezultatelor respective, plus recompensarea – să fie strâns legate de aspectele managementului performanței la nivel de companie. Iar dacă obiectivele companiei sunt atinse prin realizarea unor proiecte, atunci evaluarea performanței va trebui să includă neapărat modul în care au fost atinse obiectivele proiectelor.

„Ce înseamnă managementul performanței la nivel de proiect? În primul rând, o planificare a proiectului, adică stabilirea obiectivelor care vor trebui să fie atinse la finalul lui. Înseamnă monitorizare și control pentru modul în care sunt obținute rezultatele așteptate, evaluarea rezultatelor și recompensarea celor care au contribuit la realizarea lor. În oglindă cu aspectele urmărite în managementul performanței pentru individ și pentru organizație”, explică Simona Bonghez.

Proiectele se evaluează însă nu doar din perspectiva modului în care și-au atins obiectivele, ci și luând în considerare impactul lor asupra organizației. Au fost aceste obiective relevante, atingerea lor a contribuit la realizarea strategiei organizației?

Evaluarea performanțelor în proiecte

„Când discutăm despre organizații și schimbările care au loc în organizații, inerent discutăm despre proiecte, ceea ce înseamnă că organizația trebuie să evalueze obiectivele indivizilor, departamentelor, organizației și din perspectiva activității care se desfășoară în proiecte. Putem însă afirma cu siguranță că obiec-

tu1 oiecte

tivele stabilite pentru o persoană într-un departament sunt aliniate în totalitate cu obiectivele aceleiași persoane trasate în cadrul proiectului în care este implicată? Nu întotdeauna. Prioritățile departamentului pot să difere de prioritățile dintr-un proiect. Și atunci ce evaluăm și când? Ce evaluează organizația în momentul în care persoana A este membru al unei echipe de proiect, dar lucrează și în departament și mai ales când o face? La sfârșitul anului sau la încheierea proiectului? În mod uzual, în majoritatea organizațiilor, evaluările au loc la sfârșitul anului și ele includ obiectivele fixate la începutul anului respectiv, plus competențele angajaților. Însă nu întotdeauna aceste obiective plus competențe corespund cu ceea ce ți se cere ție în proiecte, iar acest lucru naște frustrări. Te aștepti ca, lucrând în cinci proiecte, rezultatele tale să fie evaluate în funcție de modul în care ai colaborat la realizarea proiectelor respective, iar la sfârșitul anului, când se face în mod tradițional evaluarea, cineva să analizeze rapoarte din cinci proiecte. Ei bine, lucrul acesta nu se întâmplă întotdeauna și duce la scăderea motivării personalului implicat în proiecte. În mod automat, scad și performanțele lor în proiecte”, menționează Simona Bonghez.

Există și organizații care au schimbat paradigma evaluării. Guvernul SUA folosește o modalitate diferită de evaluare a membrilor echipei de proiect, insistând asupra modului de colaborare între ei.

„Evaluezi membrii echipei, dar nu îi evaluezi doar ca indivizi, cât de bine au lucrat, care sunt competențele lor, ci iei în considerare în special cât de bine au lucrat împreună cu colegii, incluzându-l aici și pe managerul de proiect. În evaluarea acestuia din urmă se poate aplica și metoda feedback-ului de 360 de grade. Acest lucru înseamnă să te autoevaluezi,

tu manager de proiect, după care să obții evaluare de la colegi, echipa de proiect, client și alți stakeholderi relevanți. Analiza evaluărilor îți dă o perspectivă completă și corectă asupra performanțelor tale. Pentru feedback-ul de 360 de grade e importantă identificarea corectă a scalei relevante și explicarea fiecărui nivel din scala respectivă”, mai spune Simona Bonghez.

Rolul HR-ului în managementul performanței

În organizațiile orientate spre proiecte, rolul departamentului de resurse umane este determinant în aplicarea unui management al performanței corect.

„În lumea extrem de schimbătoare în care trăim, proiectele sunt motoarele schimbării. Încet-încet, organizațiile se orientează spre proiecte, strategiile organizației se adaptează, iar departamentele de HR trebuie să țină pasul cu aceste modificări. Li se cere să continue procesul de evaluare al personalului, dar nu li se explică noua paradigmă în care se lucrează, noul context de care trebuie să lege realizările individuale. Indicatori precum

beneficii obținute și valoarea adăugată adusă de proiect ar trebui să se regăsească în evaluările pe care le face departamentul de resurse umane”, menționează Simona Bonghez.

Este necesară definirea unui cadru nou, de colaborare, între managerii de proiect și departamentele de resurse umane, astfel încât în momentul în care unii angajați sunt implicați în proiecte, evaluarea lor de către managerul de proiect să se regăsească întotdeauna în evaluarea de sfârșit de an.

„Iar aceasta implică atât informarea angajaților asupra faptului că vor fi evaluați din dublă perspectivă – a activității din departament și a celei din proiect –, cât și definirea noilor modalități de evaluare prin integrarea celor două perspective. Iar rolul managerilor de proiect este să sprijine departamentele de HR în înțelegerea activităților din proiecte”, a mai spus Simona Bonghez.

Una dintre soluții ar fi invitarea echipei de la HR la discuțiile privind evaluarea proiectului și evaluarea membrilor echipei de proiect și discutarea modului în care această evaluare poate fi integrată în sistemul de evaluare al organizației. ■



ROI 4x4 METHOD

Adica...
atunci cand bugetul conteaza, propunerea ta va avea o justificare solida, obtinuta in urma unui proces auditabil iar ceilalti vor intelege rapid **Ce, Cum si Cat.**

Totul in mod **Obiectiv, Clar**, fara subiectivism si discutii contradictorii.

Raspuns Complet?
Vino sa afli asta la cursul de **Return on Investment** organizat de **Axioma Solutions.**

Optiunile tale?
Intra pe www.axioma.ro si afla data urmatorului curs open.

Inscrieri pe
www.axioma.ro



Ce este ROI 4X4 ?

Raspuns:
"O metoda de lucru colaborativ care te ajuta sa sustii initiativele de business pe baza valorii pe care acestea o genereaza pentru organizatie".

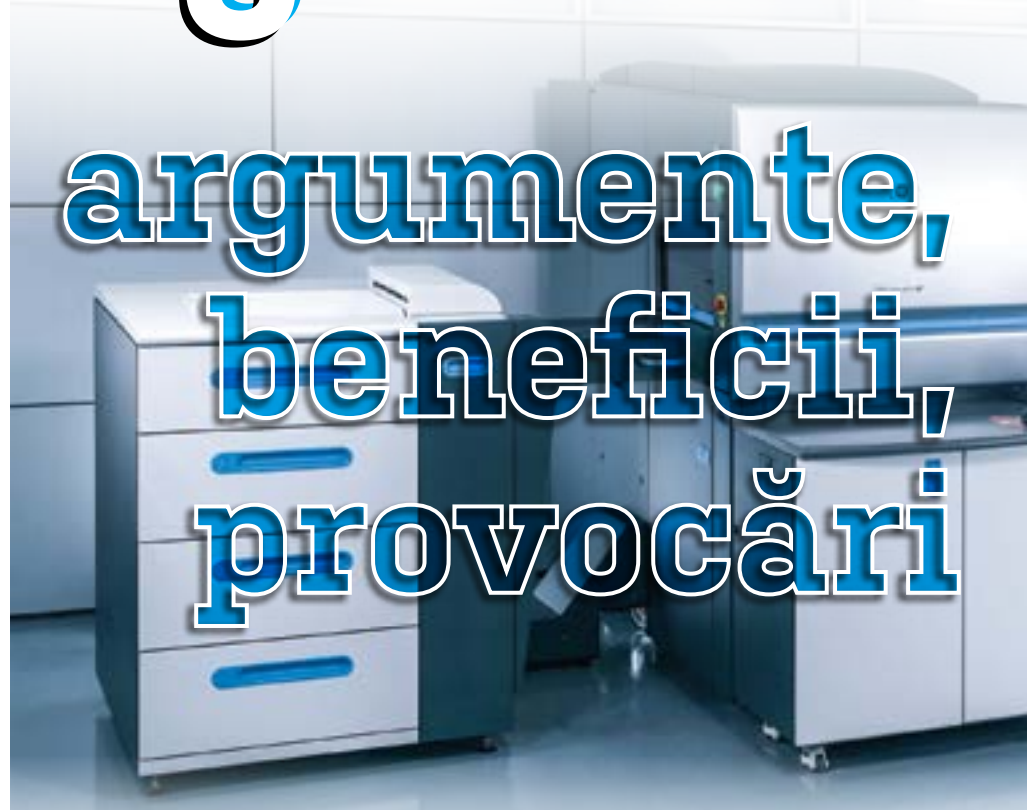
Managed Print

Soluțiile și/sau serviciile de print management nu reprezintă o noutate pentru piața locală. Dar, cel puțin până acum 2-3 ani, erau considerate a fi rentabile doar pentru companiile de dimensiuni mari, care vehiculează un volum important de informație pe hârtie. Criza economică a trebuit, însă, să schimbe sensibil această optică, imperativul economiilor fiind universal. Am discutat această ipoteză, precum și despre beneficiile concrete pe care MPS le poate oferi pieței locale, cu reprezentanții a trei jucători importanți pe această piață, la nivel mondial: HP, Konica Minolta și Xerox.

■ Radu Ghițulescu

Economiile pe care gestionarea eficientă a parcului de imprimante și copiatoare ale unei companii le poate oferi se situează între 1 și 3% din cifra totală de afaceri a respectivei companii, conform unui studiu Gartner. Sunt costuri clare, respectiv pierderi, demonstrate prin studii de caz și analize concrete, pe care însă nu toate companii le conștientizează. Și asta, chiar dacă criza economică prelungită le-a obligat să caute cele mai variate moduri de a realiza economii.

Să luăm un exemplu concret: „În urma



implementării soluției Xerox, Emporiki Bank România și-a redus costurile aferente echipamentelor de birou cu 25% încă din prima zi a contractului, și-a optimizat costurile de administrare și a îmbunătățit gradul de satisfacție a utilizatorilor. De asemenea, Xerox România a optimizat infrastructura de lucru cu documentele de birou în toate filialele Emporiki Bank din țară. Cu ajutorul noilor echipamente, banca folosește mai multe documente electronice – prin scanare, copiere, e-mail și fax trimis direct de pe e-mail – reușind astfel să reducă la minimum cantitatea de hârtie folosită și să se alinieze strategiei GreenBanking, un proiect inițiat de Credit Agricole, ce presupune implicarea tuturor angajaților în protejarea și conservarea mediului înconjurător”, explică Cătălin Bogdan, Services & Strategic Account Director Xerox România.

Cât contează „ordinul de mărime”?

Un sistem coerent și omogen de control și monitorizare a modului în care sunt

utilizate imprimantele și copiatoarele dintr-o companie și/sau apelarea la serviciile unui furnizor de servicii de Print Management (MPS) pot reduce aceste pierderi, generând economii semnificative. În plus, astfel, se pot realiza câștigi de eficiență reală și crește nivelul de securitate al datelor.

Deși aceste beneficii sunt evidente, multe companii consideră că „discuția” despre soluții și/sau servicii de Print Management face sens doar în cazul companiilor mari și care vehiculează un volum important de informație pe hârtie.

„Indiferent de cât de mare sau de mică este o companie, dacă ea deține o infrastructură de imprimare cu un număr prea mare de echipamente, dispersate în locații diferite, și nu are control asupra securității informațiilor și documentelor sale, o soluție de print management îi va fi cu siguranță de ajutor. Tocmai de aceea, HP a dezvoltat un portofoliu de soluții și servicii de administrare a imprimării pentru o gamă variată de clienți, deservind atât companii mici și mijlocii, cât și companii foarte mari și din zone

nt Services,



geografice diferite. Dacă ar fi să vorbim despre un portret al clientului obișnuit de servicii de administrare a imprimării, am vorbi despre o companie care dorește să dețină un avantaj competitiv pe piața pe care își desfășoară activitatea, să își îmbunătățească productivitatea și securitatea fluxurilor de informații și, nu în ultimul rând, să valorifice mai bine fondurile de care dispune prin reducerea costurilor operaționale. Privind lucrurile din această perspectivă, este ușor să înțelegem de ce orice companie din orice industrie poate apela cu succes la acest tip de servicii”, explică Cristian Gilmeanu, Head of Managed Enterprise Services, HP IPG România.

Opinie susținută și de Cătălin Bogdan, Xerox România, companie care a lansat recent o suită de servicii cu care adresează cu precădere companiile mici și mijlocii: „Serviciile de management al documentelor sunt eficiente pentru toate companiile, indiferent de mărime. După 15 ani în care am reușit să construim un portofoliu puternic de clienți pe segmentul serviciilor, concentrându-ne în mod

special pe companii mari locale și multinaționale, acum ne consolidăm poziția și în rândul IMM-urilor, care reprezintă o sursă de creștere importantă pentru noi. Experiența de până acum ne arată că serviciile Xerox sunt foarte bine primite și că putem replica succesul înregistrat în acest sector de piață. Luna trecută am lansat Xerox Partner Print Services (XPPS): servicii de imprimare prin parteneri – un program care-și propune să sprijine afacerile clienților finali, în special ale IMM-urilor, oferindu-le servicii de management al documentelor, prin intermediul rețelei de parteneri. Prin acest program, IMM-urile vor avea aceleași avantaje de care se bucură marile companii: acces la tehnologii performante fără investiții majore și de suport tehnic permanent, sisteme complexe de control și securizare a datelor, productivitate sporită și economii semnificative de timp și bani.”

Radu Arvu, Business Development Group Manager Konica Minolta Business Solutions România, susține că orice companie interesată de controlul costurilor de producție a documentelor, optimizarea

și adaptarea continuă a soluției la necesitățile companiei este un potențial client de servicii și/sau soluții de Print Management: „Toate companiile care generează volume de printare au niște costuri asociate acestor operații, unele mai mari, altele mai mici. Acesta este întotdeauna punctul de plecare în analiza nevoilor de printing, și nu neapărat dimensiunea companiilor. Noi avem câteva pachete standard care se adresează tuturor dimensiunilor de business, nu numai celor din domeniul financiar-bancar, care, de regulă, au un volum important de printare.”

Argumente concrete

Principalul argument invocat în favoarea soluțiilor și/sau serviciilor de Print Management sunt reducerile de costuri pe care le asigură acestea. Dar argumentul economiilor a devenit, cu precădere din 2008, un element comun în pledoariile tuturor vendorilor de soluții IT, indiferent de domeniul de aplicabilitate al acestora. Factorul diferențiator al furnizorilor de soluții/servicii MPS rezidă în faptul

Un ritm din ce în ce mai rapid

„Investițiile în tehnologie reprezintă un instrument excelent prin care companiile se pot adapta schimbărilor și își pot reduce cheltuielile, eliberând astfel fonduri importante care să permită dezvoltarea lor în viitor. Tot mai multe companii locale au simțit presiunea să își optimizeze costurile de operare și să îmbunătățească eficiența fluxurilor de lucru și, de aceea, au decis să apeleze la implementarea unor soluții de administrare a imprimării. Dacă la nivel mondial, HP are undeva peste 3.000 de clienți, sigur că piața locală este încă mică prin comparație. Important este că ritmul de dezvoltare pe care îl observăm este mai rapid de la an la an. Depinde însă și de

noi, ca furnizori și specialiști în servicii de administrare a imprimării, să contribuim la dezvoltarea pieței și să ne intensificăm eforturile de educare a publicului din companii asupra avantajelor acestui tip de soluții.”

Cristian Gilmeanu,
Head of
Managed
Enterprise
Services,
HP IPG
România



Cerere în creștere

„Piața locală folosește încă din 2004 contracte de Print Management, într-o formă de preț pe pagină, care include toate serviciile necesare pentru intervențiile de service, livrări de consumabile și piese de schimb. Aceste contracte sunt permanent îmbunătățite prin includerea unor soluții software care să asigure un service proactiv, un control mai bun al sesizărilor de service, mai ales în zona de control al nivelului serviciilor prestate. Totodată, crește numărul companiilor care doresc o extindere a serviciilor, ajungându-se la externalizarea completă a tot ce înseamnă procesarea documentelor într-o companie, de la livrarea echipamentelor și instalarea soluțiilor, până la servicii de analiză nevoi și propuneri de îmbunătățire a soluțiilor deja furnizate. Estimativ, în jur de 80% din clienții noștri optează pentru o variantă de contract cu servicii de Print Management incluse.”

Radu Arvu,
Business
Development
Group Manager
Konica Minolta
Business
Solutions
România



că economiile promise pot fi evaluate cu o marjă de eroare mult mai redusă și demonstrate concret rapid. În plus, există o serie de beneficii „secundare” deloc neglijabile.

„În funcție de soluția aleasă, reducerile pot ajunge chiar până la 30% din costul total (TCO), o valoare medie situându-se undeva în jur de 20%. Totodată, clientul beneficiază de un control al acestor costuri și de pârgiile necesare pentru a face corecțiile necesare. Securitatea este, de asemenea, un alt beneficiu important, atât din punctul de vedere al utilizatorului final, cât și din punctul de vedere al companiei. Și aici nu vorbesc doar de păstrarea confidențialității informației, ci chiar de capacitatea de a funcționa a respectivei companii, de «business continuity». Accesul la tehnologia de ultima generație este un alt câștig. Pe de o parte vorbim de posibilitățile de integrare cu alte soluții IT și optimizarea fluxurilor de documente, lucru care aduce economii în zona operațională, o reducere de volum și o creștere a calității informației. Pe de altă parte vorbim despre un consum redus de resurse în ceea ce privește energia electrică și hârtia, reducerea emisiilor de carbon, aceste aspecte fiind foarte importante pentru mediul în care trăim”, explică Radu Arvu, Konica Minolta.

Valoarea de 30% este menționată și de Cristian Gilmeanu, în plus reprezentantul HP IPG România preconizând o scădere a costurilor generate de consumul de energie, între 30 și 80%: „Conform rezultatelor obținute în implementări practice în diferite țări, soluțiile și serviciile HP de print management pot reduce cheltuielile unei companii cu până la 30%. Aceste cifre sunt confirmate și de studii recunoscute internaționale, cum ar fi cea mai recentă analiză Gartner Magic Quadrant, care a poziționat compania HP în zona de lider al pieței mondiale de servicii de administrare a imprimării. Gândiți-vă că, în general, organizațiile cheltuie între 1 și 3% din veniturile lor pe imprimare. Dacă am lua ca exemplu o companie care are venituri de 100 de milioane de dolari și care cheltuiește 2,5% pe imprimare, înseamnă că acea companie are costuri de imprimare anuale de 2,5 milioane de dolari. Cu ajutorul serviciilor HP de administrare a imprimării, compania respectivă poate economisi până la 30% din aceste costuri, adică aproape 750 de mii de dolari anual – o sumă deloc ne-

glijabilă. Dincolo de costurile scăzute de imprimare pe care le oferă, soluțiile HP de print management asigură și un consum mai mic de energie, ceea ce diminuează considerabil impactul companiilor asupra mediului înconjurător. O analiză pre- și post implementare făcută la nivelul câtorva clienți internaționali HP a arătat că aceștia au reușit să își reducă cu 30% până la 80% consumul de energie, în timp ce reducerea consumului de hârtie a fost de ordinul milioanelei de pagini.”

Pentru a putea asigura economiile promise și predictibilitatea costurilor, Xerox urmează o metodologie care debutează cu un proces de audit: „Într-o primă fază, specialiștii Xerox realizează un audit, prin care analizează structura actuală a rețelei de echipamente, evaluează nevoile de imprimare și funcționalitate, frecvența de utilizare a documentelor și accesul angajaților la acestea. Apoi construiesc soluția specifică pentru acea companie prin care reconfigurează rețeaua de echipamente și le înlocuiesc pe cele unifuncționale cu multifuncționale. În plus, adaugă software specializat care fluidizează traficul documentelor, controlează costurile de imprimare și maximizează productivitatea. Ulterior implementării, asigurăm service, asistență tehnică permanentă și furnizăm consumabile, iar clientul are, în felul acesta, toate echipamentele funcționale în orice moment. Noi gestionăm întreaga rețea de echipamente a unei companii, preluând spre administrare și echipamente deja existente în structura internă, indiferent de marca lor, devenind furnizor unic de consumabile și oferind suport tehnic. În funcție de profilul companiei, domeniul de activitate și tipul serviciului Xerox pe care aceasta îl utilizează, reducerile de costuri privind lucrul cu documentele pot depăși 30%”, explică Cătălin Bogdan, Xerox România.

Inerentele provocări

Ca în cazul oricărei noi soluții sau serviciu, și furnizorii MPS se confruntă cu o serie de provocări, comune, de altfel, oricărui proiect IT. Din fericire, reticența la schimbare poate și este depășită rapid. Evident, dacă este un sprijin real din partea susținătorilor proiectului.

„Dacă ar fi să ierarhizăm, cea mai mare provocare este dată de conștientizarea nevoii de implementare și susținere a unei astfel de soluții. Contează foarte

mult și viziunea managementului asupra beneficiilor reale și, nu în ultimul rând, alegerea tehnologiilor potrivite pentru fiecare soluție în parte. (...) Putem afirma, însă, că reticența utilizatorului final a fost mult atenuată de criză. Cele mai multe companii au constatat beneficiile acestor servicii, iar acum, într-un context economic deloc roz, apelează în continuare la ele", este de părere Cătălin Bogdan, Xerox România.

Cristian Gilmeanu, HP România, prioritizează în ierarhia provocărilor adaptarea soluțiilor la nevoile reale ale clientului: „Principale provocări în implementarea soluțiilor și serviciilor de print management țin de adaptarea acestora la nevoile specifice ale fiecărei companii. Pentru a asigura succesul implementării acestor soluții în orice companie, HP a adoptat o strategie în trei pași: optimizarea infrastructurii companiei-client, administrarea mediului de lucru și eficientizarea operațiunilor. HP colaborează îndeaproape cu fiecare companie în parte pentru a crea un plan detaliat de implementare ce se desfășoară în patru etape. Astfel, în prima fază, specialiștii HP analizează structura organizației și activitățile pe care le desfășoară aceasta pentru a vedea unde se pot aduce îmbunătățiri. Următorul pas se referă la propunerea unor soluții eficiente și planificarea lor, trecându-se apoi la implementarea efectivă și, în ultima etapă, la administrarea soluțiilor de print management.“

În opinia lui Radu Arvu, Konica Minolta, provocările pot fi depășite traducând cât mai exact beneficiile în câști-

Companiile pot face mai mult cu mai puțin

„Segmentul serviciilor de management al documentelor se află pe un trend ascendent. Din ce în ce mai multe companii apelează la aceste servicii pentru beneficiile pe care acestea le oferă. În contextul economic dificil pe care-l traversăm, companiile au văzut că pot face mai mult cu mai puțin (fie că vorbim de costuri, de timp sau de resurse) și vor în continuare acest lucru. Criza le-a făcut să valorifice mai mult ceea ce au, să obțină randamente maxime de la fiecare resursă pe care o au, iar acum, chiar dacă piața și-a mai revenit, ele continuă în aceeași direcție – vor să-și crească productivitatea și să-și reducă costurile.

Realizăm analize în care măsurăm rezultatele obținute după aplicarea soluțiilor Xerox, pentru fiecare client, iar rezultatele arată că business-urile se bucură într-adevăr de importante economii în privința documentelor încă din primele zile de implementare a soluțiilor.“

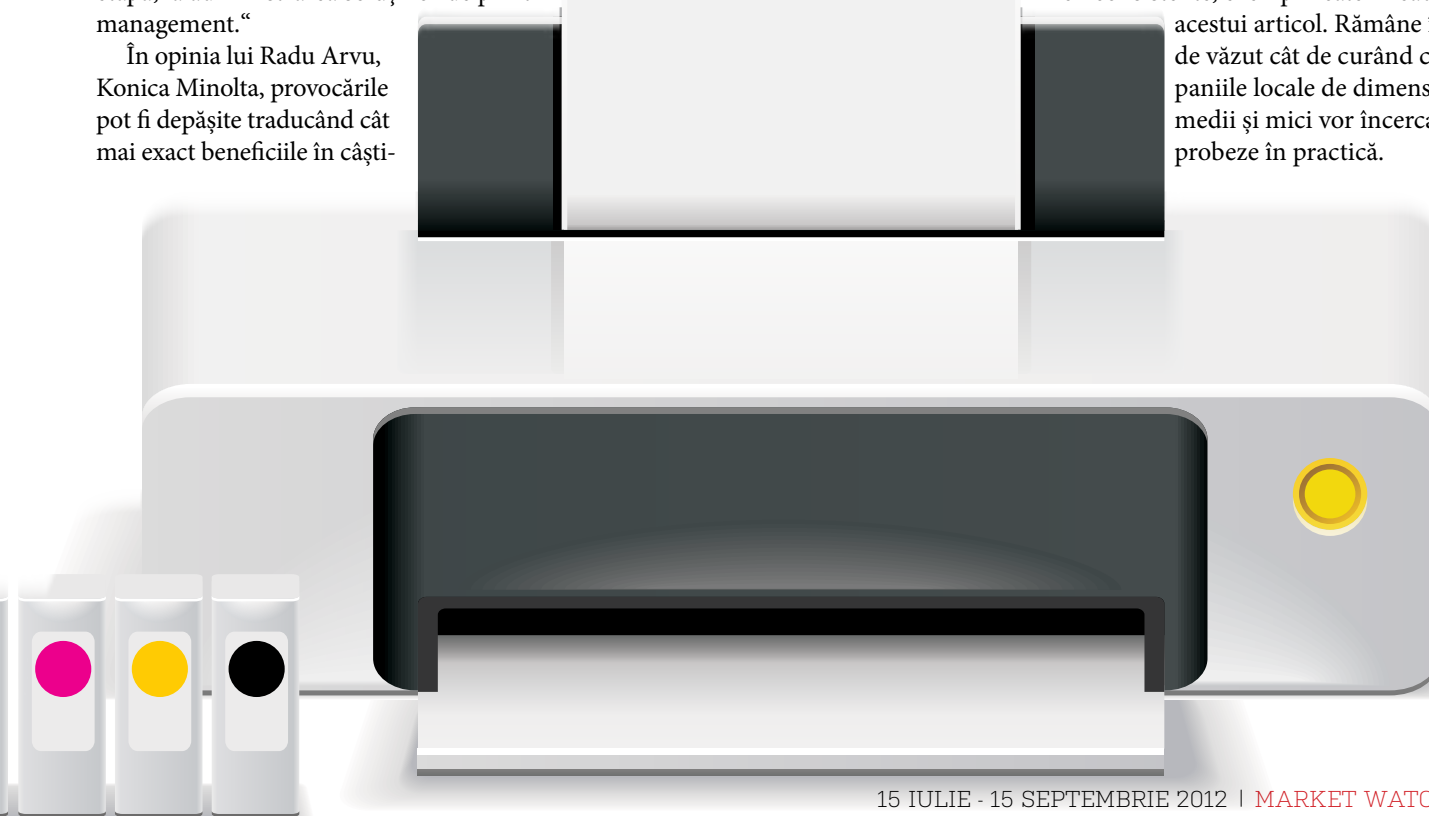
Cătălin Bogdan,
Services & Strategic
Account Director
Xerox România



guri cuantificabile: „Totul ține de capacitatea noastră de a prezenta clienților beneficiile într-o formă cuantificabilă și cât mai precisă. În rest, totul este foarte bine pus la punct, plecând de la rețeaua de service, infrastructura necesară și personalul calificat, până la politici clare de training, care

reduc considerabil rezistența la schimbare a utilizatorului final.“

Studiile de piață susțin că, în primul an de implementare, economiile pot reprezenta circa 50% din costurile totale aferente zonei de printing & imaging. Dincolo de acestea, există și alte beneficii consistente, exemplificate în cadrul acestui articol. Rămâne însă de văzut cât de curând companiile locale de dimensiuni medii și mici vor încerca să le probeze în practică. ■



Cu ce provocări se întâlnesc în zona de

Cerințele companiilor vizavi de soluțiile de backup și restaurare a datelor devin din ce în ce mai mari, odată cu creșterea volumelor de date cu care operează și a complexității infrastructurilor informatice. Menținerea unui echilibru între necesități și costuri impune o schimbare a unghiului de abordare, strategia jucând un rol cheie în succesul identificării soluției optime.

■ Radu Ghițulescu

Creșterea exponențială a volumelor de date de la an la an, efectul disruptiv generat de tehnologiile de virtualizare a serverelor și cerințele din ce în ce mai mari vizavi de SLA-urile serviciilor de recuperare și restaurare a datelor obligă departamentele IT ale companiilor să caute soluții din ce în ce mai eficiente de backup și deduplicare. Un efect firesc al faptului că, la momentul actual, un proces de restaurare a datelor de 24 de ore este considerat inacceptabil de către din ce în ce mai multe companii.

Conform studiului „The Broken State of Backup”, realizat de cabinetul de consultanță Gartner, începând de anul viitor, cel puțin 20% din companiile care utilizează deja soluții de backup și deduplicare vor căuta să își schimbe vendorul/partenerul actual. Principalele motive care vor duce la materializarea acestei decizii

sunt: costurile, capabilitățile limitate ale soluțiilor utilizate și complexitatea operațiunilor de management.

Unde apar nemulțumirile?

Costul se află pe primul loc în topul provocărilor cu care se confruntă companiile vizavi de soluțiile de backup. Dincolo de costurile inițiale de achiziție, care reprezintă un „impediment” real pentru multe companii, mai ales în actualul context economic, costurile generate de mentenanță au un aport semnificativ. Pe de altă parte, odată cu instalarea a din ce în ce mai multe servere fizice și mașini virtuale și creșterea nivelului de criticitate al acestora în procesele de business, costul backup-ului crește și el. La acest efect se adaugă, inevitabil, tendința de a include în schema de backup a mai multe servere și/sau aplicații decât se prevăzuse inițial. Un exemplu frecvent este căutarea unor soluții de backup care să ofere protecție pentru posturile de lucru, fie ele desktop-uri clasice sau laptop-uri. Toate aceste noi cerințe fac ca, la final, costul anual al backup-ului să difere semnificativ de estimarea inițială.

Pe al doilea loc în ierarhia provocărilor se află capabilitățile limitate oferite de soluțiile de backup. Companiile reclamă din ce în ce mai frecvent faptul că produsele utilizate nu acoperă în mod optim cerințele de restaurare pe care le au. Este un element alimentat în mod clar și de creșterea constantă a costurilor, companiile nemaifiind mulțumite de raportul preț/calitate oferit de soluția utilizată. Principalele critici exprimate vizavi de capabilități fac referire la:

- dificultatea încadrării în „fereastra” de backup alocată;
- problema backup-urilor eșuate care impun reluarea repetată a operațiunilor;
- necesitatea unor instrumente diferite

pentru a proteja mai multe sisteme, aplicații și date (unelte dedicate pentru mașinile virtuale, pentru baze de date, pentru laptop-uri etc.);

- intervalul de timp prea lung necesar pentru restaurarea datelor, care nu respectă SLA-urile stabilite inițial;
- lipsa unor unelte de raportare ușor de utilizat care să certifice și probeze faptul că datele sunt protejate.

Pe ultimul loc în topul provocărilor se află complexitatea operațiunilor de management al soluțiilor de backup. Conform studiilor, companiile reclamă în mod constant faptul că soluțiile pe care le folosesc necesită prea mult timp, un nivel de expertiză ridicat și un efort susținut pentru ca sistemul de recuperare/restaurare a datelor să fie pe deplin funcțional.

Opțiunea comună este o soluție care să necesite un efort de administrare redus și care să asigure viteze mai mari de backup și recuperare, precum și o rată superioară de succes a restaurării datelor. Evident, este o opțiune ideală, însă efortul de management este unul real, companiile confruntându-se cu probleme multiple. Cum ar fi, de exemplu, necesitatea instalării unei soluții de backup pe fiecare mașină virtuală și/sau server fizic. În cazul unei organizații cu o fermă de servere, fizice și virtuale, numeroasă, devine evident că problema menționată dă serioase bătăi de cap departamentului IT, dar, mai ales, impune costuri suplimentare.

Nevoia de îmbunătățiri

Specialiștii consideră că „plângerile” detaliate reprezintă cerințe normale în condițiile în care, confruntându-se cu o creștere anuală de peste 20% a volumului de date care trebuie protejat prin backup,



confruntă companiile backup

companiile caută soluții care să ofere un raport cost-eficiență cât mai convenabil posibil. Ori, evoluția tehnologică din ultimii ani permite nu doar o schimbare incrementală, ci o îmbunătățire radicală a întregului sistem de backup, care să reprezinte un răspuns real la necesitatea din ce în ce mai stringentă a companiilor vizavi de posibilitatea recuperării cât mai rapide a datelor.

Studiile relevă faptul că, în ultimii ani, companiile au cerințe din ce în ce mai precise și mai bine documentate vizavi de doi indicatori-cheie ai procesului de recuperare: Recovery Time Objectives (RTOs) și Recovery Point Objectives (RPOs). (Într-o definiție simplificată drastic, RTO reprezintă intervalul de timp necesar

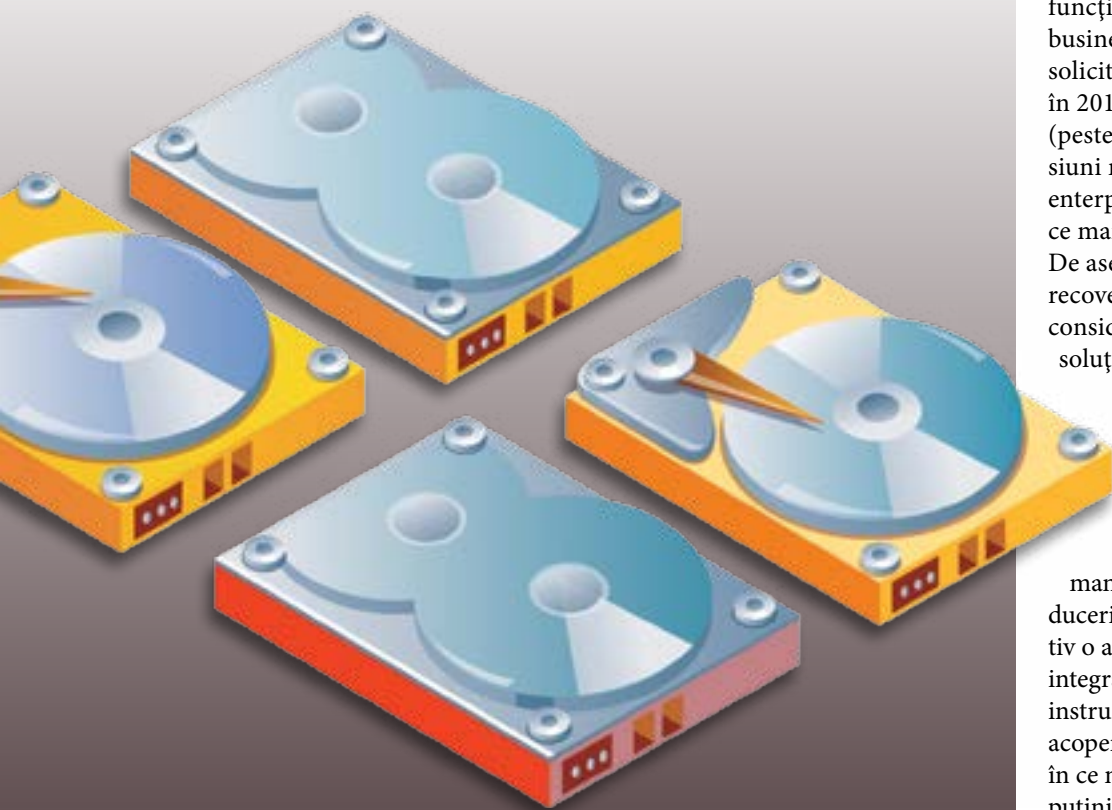
recuperării de către o companie a datelor pierdute în urma unui incident, iar RPO cât de mult din datele recente poate fi recuperat.) Este evident că orice companie și-ar dori să-și poată restaura toate datele pierdute, cvasi-instantaneu. Dar, cum companiile se confruntă cu limitări serioase de buget, sunt foarte puține companiile care își pot permite să beneficieze de soluții și/sau servicii care să se apropie cât mai mult posibil de aceste cerințe ideale. Marea majoritate a companiilor tinde să se „resemneze” cu un timp mai mare de restaurare a datelor și cu riscul ca o bună parte din acestea să fie pierdută definitiv. Din păcate, conștientizarea nivelului real al eficienței serviciilor și/sau soluțiilor de backup/restaurare survine după petrecerea

unui incident. Și, cel mai adesea, acest nivel este inferior orizontului de așteptare, fapt care amplifică semnificativ nemulțumirile menționate anterior.

Specialiștii susțin însă că prin adoptarea unor soluții noi, a unor tehnologii și instrumente complementare și prin integrarea acestora într-o arhitectură unitară se poate ajunge la o echilibrare a raportului costuri/eficiență. Soluțiile de deduplicare, instrumentele de backup incremental nu mai reprezintă elemente de noutate de câțiva ani, din ce în ce mai mulți venditori de soluții de backup incluzându-le în propriile produse. Arhitecturile de tipul „Tiered recovery”, care permit furnizarea de servicii de backup și recuperare a datelor ierarhizate pe diverse tehnologii și suporturi în funcție de valoarea informațiilor pentru business încep să devină din ce în ce mai solicitate. Potrivit cabinetului Gartner, în 2013 din ce în ce mai multe companii (peste 50% din organizațiile de dimensiuni medii și 75% din categoria „large enterprises”) se vor orienta din ce în ce mai decis către astfel de arhitecturi. De asemenea, conceptul de „Unified recovery management” – care a evoluat considerabil în ultima perioadă, multe soluții de backup incluzând capabilități avansate în acest sens – va fi un

punct important pe lista de priorități a multor companii.

Lista „îmbunătățirilor” se extinde constant, însă cuvântul-cheie în această căutare permanentă de ameliorări calitative și reduceri de costuri este „strategie”. Respectiv o abordare coerentă, care să permită integrarea eficientă a tuturor soluțiilor și instrumentelor utilizate, astfel încât să se acopere cât mai mult din cerințele din ce în ce mai numeroase. Desigur, cu cât mai puțini bani.



În Telco, CRM-ul face diferența

Romtelecom are un interes aparte pentru CRM și a investit atât la nivel operațional, cât și analitic. Pentru automatizarea forței de vânzări B2B, compania folosește o soluție inter-națională, validată la nivel de grup.

Soluția a fost utilizată inițial în cadrul unui proiect-pilot în regim on demand pentru a fi evaluate efectele utilizării, impactul în organizație, rezistența oamenilor în fața unui instrument nou, dar și necesitatea unor funcționalități complementare, iar după ce lecția a fost învățată, implementată on premises. CRM-ul a fost integrat cu restul aplicațiilor de business pentru importul automat al datelor legate de clienți: servicii, plăți, infrastructura în locație etc. Obiectivele majore au fost însă controlul la nivel de sales pipeline, monitorizarea atentă a oportunităților și scurtarea pe cât se

poate a ciclului de vânzare. Managerii au acces la rapoarte detaliate pentru a interveni cât mai din timp și eficient în activitate. Impactul în organizație a fost pozitiv, iar gradul de utilizare este ridicat.

Momente dificile: importarea datelor din aplicații vechi, consolidarea informațiilor despre client (din surse diferite), unificarea unor modele diferite de vânzări (între departamentele Large Accounts, SMB, SOHO).

Beneficii: creștere cu 25% a productivității la nivelul echipei de vânzări B2B, recuperarea a 80% din valoarea investiției după numai 1 an. **(Nota redacției)**



Timos Tsokanis,
Director Executiv
Tehnologia Informației,
Romtelecom

„Personalizarea serviciilor și soluțiilor oferite, în funcție de necesitățile particulare fiecărei companii, este obiectivul fiecărui operator de soluții de comunicații. Pentru a putea adresa diferitele segmente de clienți cu ofertele potrivite, pentru a standardiza procesul de vânzare în conformitate cu portofoliul, dar, în primul rând, pentru a avea în față o imagine unitară și completă a clienților business la nivelul întregii companii, era nevoie de o platformă de tip Sales Force Automation (SFA) care să corespundă acestor cerințe.

Setarea platformei

Așadar, după ce au fost stabilite obiectivele acestui proiect, s-a trecut la selectarea unei platforme care să corespundă cerințelor menționate mai sus. Într-o primă fază a fost implementat în numai două luni un SFA On Demand standard pentru consultanții de vânzări care se ocupă de companiile foarte mari, așa numite „key accounts”. În felul acesta ne-am recuperat foarte repede această investiție făcută în această zonă de business, care are cel mai mare impact

privind veniturile obținute de Romtelecom. Ulterior, într-un interval de 3 luni, am extins proiectul pentru agenții care au în portofoliu companii mari („large accounts”) și cei care se ocupă de IMM-uri și SOHO, reușind să aliniem adoptarea acestei platforme la nivelul întregii organizații de vânzări pentru companii în doar câteva luni. A urmat o analiză a procesului standard de vânzări implementat și a funcțiilor acestuia în raport cu obiectivele pe care ni le-am propus și cu modelul de vânzări dorit, pe baza feedback-ului venit de la utilizatori, în acest caz în special reprezentanții de vânzări. În faza următoare s-a făcut migrarea la platforma SFA localizată, pe baza rezultatelor obținute în faza inițială.

Rezultate

În derularea acestui proiect am avut și provocări pe care le-am depășit cu succes. Concret, a trebuit să importăm date „moștenite” din aplicații diferite, să punem laolaltă într-o singură aplicație și să facem să funcționeze modele de vânzări diferite, să adunăm diferite date despre client într-o singură entitate și, nu în ultimul rând, să integrăm SFA-ul cu alte sisteme operaționale. Dar, după aproximativ 1 an de la lansarea acestui proiect în luna august 2011, avem deja rezultate vizibile: o creștere de 25% a productivității vânzărilor și un nivel al recuperării investițiilor de 80% în primul an. Clienții sunt mulțumiți, deoarece ofertele pot fi personalizate în conformitate cu nevoile lor, pentru că primesc răspunsuri prompte și corecte atunci când vin cu întrebări sau observații către Romtelecom; știm toate astea, pentru că am primit feedback din partea acestora.

Și, pentru că vorbeam mai devreme de imaginea unitară și completă a clienților business la nivelul întregii companii, ei bine, prin acest proiect am reușit să colectăm într-un singur loc informațiile specifice despre contul unui client administrat de Romtelecom, adică activitatea de vânzări, cea comercială, financiară, tehnică, de suport etc. În plus, față de ceea ce am menționat la început ca fiind obiectivele noastre, pot adăuga că am putut defini intern și monitoriza KPI-uri privind volumul de vânzări, mixul de produse/servicii, procesul de vânzare și, nu în ultimul rând, putem acum să colectăm în timp real informații consistente la toate nivelurile pentru a susține decizii operaționale și strategice.”

SIVECO România oferă soluția iTAX Collect

Direcțiile de impozite și taxe locale, dar și cetățenii pot beneficia de avantajele soluției iTAX Collect de la SIVECO Romania. iTAX Collect automatizează complet procesul de calcul și actualizare a datelor privind impozitele și taxele datorate de către cetățeni. Întregul proces este simplificat și fluidizat, în condițiile centralizării datelor și asigurării unui înalt nivel de securitate a acestora. Sistemul urmărește acuratețea și unicitatea datelor, realizând totodată actualizarea parametrilor de calcul în funcție de schimbările intervenite. „iTAX Collect reprezintă un instrument informatic complex care servește atât intereselor autorităților, cât și intereselor individuale de informare ale cetățenilor. SIVECO Romania oferă administrației publice suportul optim în procesele decizionale, îmbunătățește calitatea serviciilor personalului și contribuie, în mod consistent, la comunicarea transparentă cu cetățenii”, declară Ștefăniță Ghiță, Director de Dezvoltare SIVECO Applications, în cadrul SIVECO Romania. Aplicația iTAX Collect conține două componente distincte, interconectate: iTAX Collect Management System - produs de back-office destinat utilizării în cadrul direcțiilor de impozite și taxe locale din administrația publică locală, și Internet TAX Collect - componentă software destinată atât informării cetățenilor prin internet sau infochioșc, cât și efectuării de plăți electronice. iTAX Collect este, de altfel, singura aplicație de pe piață care a reușit să implementeze calculul impozitului și gestionarea lui în mod dinamic. Printre alte atuuri ale soluției se numără și implementarea facilă atât a legislației la nivel național, cât și a normelor legale emise de către consiliile locale. Mai mult, sistemul propus de SIVECO Romania este unul deschis, oferind posibilitatea interconectării lui cu alte aplicații din domeniul administrației publice.

Smart ID își extinde oferta pentru marile lanțuri de retail

Smart ID Dynamics, furnizor de soluții pentru mobilitate, aduce în România legitimația inteligentă SB1, computerul mobil MC40 și aplicația pentru managementul forțelor mobile din retail. Cu ajutorul acestor echipamente angajații vor avea mai ușor acces la informații – prețuri, stocuri, informații despre produse, vor putea accepta sarcini noi și se vor putea conecta cu managerii și alți angajați prin opțiuni push-to-talk. În acest fel, vor contribui la reducerea procentului de vizite în magazine care se finalizează fără nici o achiziție (aproximativ 1/3 din vizitele în magazine). „Odată cu creșterea numărului de telefoane inteligente obiceiurile de achiziție ale clienților s-au schimbat dramatic. Un client dotat cu un telefon inteligent are acces instant la liste de cumpărături, la evaluări de produse, comparații de preț, poate trimite fotografii cu noile produse pe care le găsește, online sau în magazine, direct pe telefoanele prietenilor și poate comunica, instant, pe multiple canale, despre experiența de care a beneficiat într-un magazin. Într-un fel sau altul, retailerii au fost până de curând eliminați din această conversație. Și acest lucru se întâmplă doar datorită faptului că acești consumatori credeau și cred în continuare că sunt mult mai bine informați decât angajații retailerilor. Motorola va schimba această percepție prin lansarea noilor echipamente și aplicații integrate destinate rețelelor de magazine. Combinând în același timp experiența, popularitatea și familiaritatea specifice echipamentelor de tip consumer cu experiența reală oferită de echipamentele de tip industrial, cu multiple funcționalități de business și robustețea necesară industriei, noile echipamente și aplicații de la Motorola îi vor ajuta pe retailerii să-și îmbunătățească productivitatea propriilor forțe mobile și să fie implicați mai mult în conversația cu proprii clienți”, afirmă Romeo Iacob, Managing Partner la Smart ID Dynamics.

Clasificarea datelor, fundamentul securității

O dată cu creșterea nivelului de informatizare al organizațiilor, datele devin cel mai important capital al acestora. Motiv pentru care securitatea lor reprezintă una dintre necesitățile critice ale oricărei companii, indiferent de ordinul de mărime și aria de activitate. Nu foarte multe companii acordă însă atenția cuvenită protejării împotriva riscurilor interne.

■ Radu Ghițulescu

Există verticale în care asigurarea protecției informațiilor este o necesitate vitală. În industria financiar-bancară, a serviciilor medicale, în sectorul public etc., compromiterea datelor reprezintă un risc extrem de important, fapt care explică reglementările și normele stricte existente în aceste domenii. Însă nici pentru companiile din alte verticale pericolul compromiterii datelor nu este câtuși de puțin neglijabil – de exemplu, nicio companie nu ar accepta pasiv ca datele de contact ale clienților săi, sau istoricul interacțiunii cu aceștia, sau datele financiar-contabile etc. să ajungă publice. Că acest pericol este cât se poate de real o demonstrează numeroasele cazuri în care activitatea companiilor este drastic afectată de neasigurarea unui nivel optim de securitate a datelor. Virtual, în fiecare zi există cazuri de pierdere/furt al datelor. În unele situații astfel de fenomene au loc accidental, însă, în majoritatea cazurilor este

vorba de acțiuni premeditate, fie că este vorba de atacuri externe sau de acțiuni desfășurate din interiorul organizațiilor.

Riscurile interne

Preponderența și amploarea atacurilor externe, intens popularizate, au făcut ca majoritatea companiilor să-și concentreze eforturile în direcția asigurării unei protecții cât mai eficiente împotriva acestora. Un demers mai mult decât necesar, însă nu și suficient.

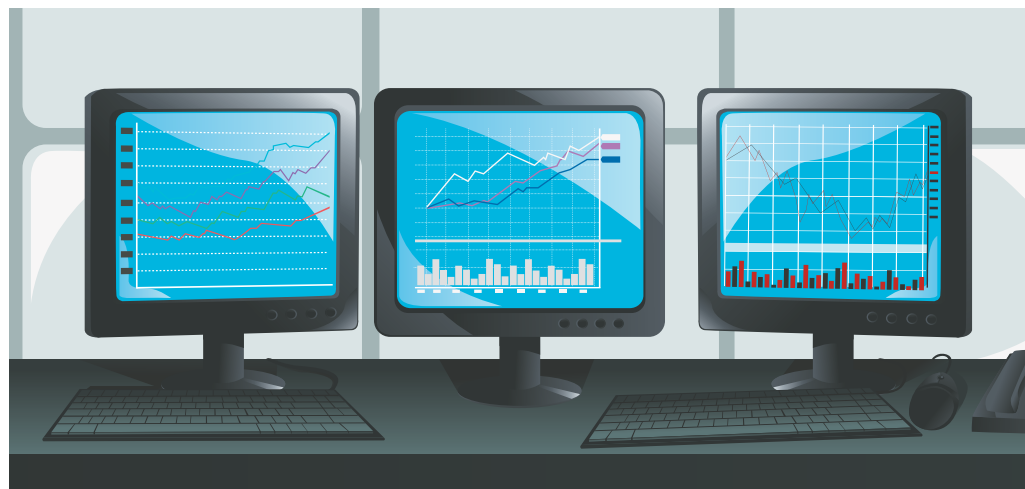
Compania de securitate McAfee a analizat, în perioada ianuarie 2009-aprilie 2011, 386 de incidente de securitate care au afectat 23 de milioane de date. Analiza a fost realizată pe un larg eșantion de companii americane, din 10 verticale, care au inclus: instituții financiare, companii tehnologice, retaileri, organizații guvernamentale, servicii de sănătate, companii de asigurări, instituții federale etc. Concluziile acestei analize, date publicității în studiul „Data Loss by the Numbers”, au relevat faptul că atacurile externe au reprezentat 52% din incidentele de securitate monitorizate, afectând aproximativ 60% din volumul total de date compromise. Un procent semnificativ, însă studiul a mai evidențiat faptul că 44% din incidente au avut cauze interne

(fie atacuri premeditate ale insider-ilor – 16%, fie accidente – 28%), afectând un volum considerabil de date.

Focalizarea companiilor pe asigurarea unei protecții externe cât mai eficiente necesită eforturi și investiții constante, impuse de inventivitatea atacatorilor și de creșterea rapidă a numărului și tipurilor de atacuri, dar și de explozia ofertei de device-uri mobile, dezvoltarea infrastructurilor virtualizate, consolidarea ofertei de servicii Cloud etc. Însă ignorarea protecției împotriva riscurilor interne, fie că este vorba numai de accidente și nu de insideri, se poate dovedi extrem de costisitoare.

Importanța clasificării datelor

În pofida nivelului ridicat de risc, pentru multe companii conceptul de securitate internă este cvasi-necunoscut. Omniprezentele soluții antivirus și firewall-urile, oricât de complexe ar fi, nu pot bloca un angajat să copieze date critice pe dispozitive externe sau să le expedieze, din greșală sau nu, către persoane neautorizate să aibă acces la acest tip de informații. Și aceasta pentru că aplicațiile amintite anterior nu pot decela nivelul de criticitate al respectivelor informații, blocând,



interne

de exemplu, doar mail-urile care conțin informații care ar trebui protejate. De aceea, specialiștii în securitate recomandă utilizarea unor soluții de securitate interne bazate pe sisteme de clasificare a datelor în funcție de importanța și natura acestora.

Aceasta este și una dintre concluziile studiului „The Role of Data Classification in Protecting Your Intellectual Property” realizat de către Aberdeen Group, în ianuarie 2012, pe un eșantion de 260 de companii, care utilizează în medie circa 730 de TeraBytes de informație activă (respectiv, informație nearhivată, accesată în mod frecvent).

Pentru a scădea nivelul riscurilor de securitate interne, specialiștii Aberdeen recomandă crearea unui sistem de clasificare a informațiilor unic și distinct, care să se aplice oricărui tip de date, indiferent de sursa, forma și suportul pe care se află acestea. Sistemul trebuie să permită definirea nivelurilor de clasificare pe baza unor criterii clare ale modului în care informațiile trebuie diferențiate/segmentate. Fiecărui nivel de clasificare îi corespund drepturi de acces și tipuri de operațiuni permise pe fiecare categorie de utilizatori. De exemplu, nu orice utilizator poate avea acces la o categorie de date, unii le pot doar vizualiza, în timp ce alții le pot genera, modifica, copia, printa etc. Corelarea nivelului de criticitate al datelor cu profilurile de utilizatori facilitează managementul rolurilor de securitate atunci când este nevoie de acordarea de drepturi pentru un nou utilizator sau de restrângerea acestora.

Integrarea tuturor acestor cerințe într-un sistem coerent de reguli, care să permită, de exemplu, blocarea oricărei tentative și emiterea unei alerte automate reprezintă un demers delicat. Care însă poate reduce semnificativ nivelul riscurilor de securitate internă, respectiv al potențialelor pagube pe care le poate genera o „scurgere de informații”.

Asseco SEE România extinde parteneriatul regional cu compania Titus și pe plan local

Asseco SEE România, integrator de sisteme, soluții și servicii IT, precum și dezvoltator de aplicații pentru sectorul bancar-financiar din România, a anunțat recent extinderea parteneriatului regional cu compania Titus, furnizor de soluții de tipul Data Loss Prevention (DLP), și pe piața locală.

„Succesul înregistrat de soluțiile DLP Titus în subsidiara Asseco SEE din Serbia a condus la decizia extinderii parteneriatului cu această companie și pe plan local. Cu atât mai mult cu cât aplicațiile oferite de compania Titus sunt o completare naturală a portofoliului de soluții de securitate cu care Asseco SEE România adresează industria financiar-bancară, sectorul public, sănătatea etc. Compania noastră deține deja competențele și certificările necesare și ne aflăm în discuții avansate cu o serie de clienți pentru care soluțiile de tip Data Loss Prevention reprezintă o cerință critică, atât din punct de vedere al reglementărilor existente deja, cât și al riscurilor de securitate pe care le implică operarea cu volume mari de informații critice”, ne-a declarat Răzvan Ene, Business Unit Manager Asseco SEE România.

Compania Titus are la momentul actual peste două milioane de utilizatori ai soluțiilor sale de securitate, în mai mult de 100 de țări. Soluțiile DLP Titus adresează problematica securității datelor din perspectiva conformității email-urilor și documentelor cu politicile și strategiile de securitate ale fiecărei companii, prevenind astfel riscul pierderii și/sau transmiterii de informații cu valoare critică pentru respectiva companie. Aplicațiile permit clasificarea fiecărui document și e-mail în anumite categorii de securitate prestabilite și asigură protejarea acestora prin diverse metode. Posibilitățile de customizare avansate permit configurarea aplicațiilor astfel încât acestea să trateze selectiv conținutul respectivelor documente sau e-mail-uri, blocând vizualizarea anumitor pasaje sau cuvinte prestabilite, în conformitate

cu politicile și drepturile de acces stabilite pe categorii de utilizatori.

Soluțiile Titus beneficiază de integrare nativă cu întreg ecosistemul de aplicații office Microsoft (inclusiv Share Point), precum și al suitei Lotus, ceea ce facilitează efortul de integrare și personalizare. Aplicațiile acoperă eficient și sectorul utilizatorilor mobili, precum și cel al serviciilor dezvoltate pe baza tehnologiilor Cloud Computing.



Soluțiile DLP Titus sunt compatibile cu numeroase standarde de securitate, precum ISO 27001, ITAR, PII, CUI, HIPAA etc. De altfel, în portofoliul de clienți al companiei se află nume precum US Air Force, Canadian Department of National Defence, Australian Department of Defence, U.S. Department of Energy, US Strategic Command, Eurofighter, dar și numeroase instituții din zona financiar-bancară din întreaga lume, printre care se numără și Unicredit Țiriac Bank. **(R.G.)**

Oportunități de socializare

Provision

Pentru 3 zile, Sibiul a fost punctul central al IT-ului din România prin găzduirea celei de a șasea ediții a evenimentului anual, „**Provision Days**”. Pe ordinea de zi s-au aflat subiecte precum securitatea informației, virtualizare, stocare, cloud computing etc., subiecte abordate atât în prezentările teoretice, cât și în workshop-urile desfășurate în paralel.

■ Gabriel Vasile

„**P**rovision Days” este un eveniment dedicat end-userilor, integratorilor și resellerilor, prin care Provision Enterprise Technology Solutions, alături de unii dintre cei mai renumiți furnizori de tehnologie la nivel mondial, diseminează cele mai noi informații și tendințe din industrie. Dincolo de informare, „**Provision Days**” este locul potrivit pentru testarea și evaluarea unor soluții, deoarece workshop-urile sunt susținute de cei mai apreciați specialiști în domeniu, evenimentul fiind gândit pentru a crea o sinergie între end-user, reseller și furnizor, precum și de a răspunde la nevoile și cerințele acestora. Ediția 2012 a adus în premieră furnizori renumiți precum Gigamon, Hitachi Data Systems, Skybox Security, Splunk, reprezentând atât pentru clienți, cât și pentru parteneri o oportunitate de a dobândi informații despre noile tehnologii și soluții, de mare interes pentru companiile lor.

Una dintre cele mai interesante prezentări a fost susținută de **John T. Parker**, Enterprise Security Architect la McAfee, companie deținută de Intel, dar administrată independent. Acesta a vorbit despre îmbinarea tehnologiilor de firewall și IPS (Intrusion Prevention Systems) în condițiile unor atacuri cibernetice ce și-au modificat structura. Dacă inițial hackerii doreau doar glorie și publicitate, acum se orientează către bani, proprietate intelectuală și, prin urmare, atacurile au devenit din ce în ce mai silențioase. În acest context, reputația pe web reprezintă un element foarte important. „Securitatea se va baza tot mai mult pe verificarea reputației diverselor surse accesate pe Internet, cu un ritm de actualizare de câteva ori pe minut, blocându-se astfel URL-uri, IP-uri etc., fără a fi nevoie de modificarea politicii de securitate ori de câte ori o sursă devine malițioasă. Securitatea va fi o învățare constantă a ceea ce înseamnă normal și anormal prin analiza permanentă a modificărilor traficului. Virtualizarea serverelor aduce inevitabil și o virtualizare a rețelei, pe o anumită secțiune, iar traficul din această rețea trebuie monitorizat și verificat temeinic”, a mai declarat **John T. Parker**.

O prezență nouă la evenimentul „Provision Days” a fost compania Hitachi, prin divizia Hitachi Data Systems. **Tamas Kozak**, Area Manager pentru Ungaria, Bulgaria și România, a vorbit despre „informație, ca noua valută internațională”, despre modelul de business al Hitachi, precum și despre produsele aduse pe piața locală. „Printre noutățile perioadei următoare se află și extinderea portofoliului de produse, atât la nivel de stocare, cât și de management al informației. Vom aduce și pe piața din România produse din gama VSP/high-end storage și HUS/mid-range storage (Hitachi Unified Systems), care până acum nu erau cunos-

cute clienților de pe piața locală. Complementar, vom aduce atât soluții pentru file și content storage, cât și pentru indexare și căutare, disponibile atât din centrele de date proprii ale clienților, cât și din cloud. Pentru România, modelul de business este indirect, implementarea și serviciile sunt accesibile exclusiv prin intermediul partenerilor”, a declarat pentru Market Watch **Tamas Kozak**.

Check Point Software Technologies participă în mod constant la eveniment, fiind una dintre companiile din avangarda securității informatice. Din 2.000 de angajați, peste 800 lucrează în cercetare-dezvoltare și, prin urmare, ritmul noutăților lansate de Check Point Software Technologies este unul ridicat. Toate noile tehnologii sunt disponibile și clienților de pe piața locală, iar un eveniment ca „Provision Days” este ocazia ideală pentru informare.

„Am prezentat filozofia noastră tradițională în domeniul securității, prin care identificăm două tipuri majore de vulnerabilități: utilizatorii și tehnologia. Din punctul nostru de vedere, elementele esențiale într-o politică de securitate sunt educarea și implicarea utilizatorilor, definirea unor layer-uri multiple care să permită un control granular al accesului în rețea, dar și managementul unei arhitecturi de securitate. Utilizatorii trebuie educați și implicați în procesele de securitate în așa fel încât restricțiile să fie înțelese și acceptate. În ultimii ani, breșele de securitate au fost generate cu precădere prin social engineering, de aceea oamenii trebuie implicați în mod activ. Ca noutăți, am adus Anti-Bot Software Blade, precum și o serie nouă de echipamente pentru Centre de Date high-end, unde performanțele și scalabilitatea sunt esențiale”, a declarat **Lucian Barnea**, Check Point Software Technologies Sales Manager România & Bulgaria.

și informare la Days 2012

Cyber-Ark și Riverbed sunt alte două companii cu prezență constantă la conferința „Provision Days”. „În premieră, prezentarea mea s-a axat pe guideline-uri de utilizare eficientă a unei soluții de privilege identity management și pe avantajele acesteia. Am punctat noutățile soluției, precum și tendințele acestui segment, de acoperire mai largă a punctelor critice din organizații. Complementar, am desfășurat și o sesiune demo, susținută de **Aaron Martinez**, noul System Engineer Cyber-Ark pentru SEE, care a accentuat caracteristicile tehnice ale soluției. «Provision Days» reprezintă o bună ocazie să discutăm cu noi prospecti și locul ideal unde o bună parte dintre clienții noștri actuali pot împărtăși informații și experiențe”, afirmă **Ana-Maria Boldizsar**, Regional Manager Cyber-Ark.

Riverbed a adus la Sibiu produsul Steelhead, care optimizează traficul de date între locații distribuite geografic. „Adopția cloud computing pune o presiune tot mai ridicată pe rețea și pe lățimea de ban-

dă disponibilă, prin urmare tot mai multe companii apelează la produsele Riverbed. Majoritatea cerințelor definite în cadrul discuțiilor cu firmele din România au în vedere accelerarea aplicațiilor și eliminarea latenței. În România sunt destul de multe companii cu o infrastructură distribuită geografic pentru care produsele noastre pot livra beneficii considerabile. Piața din România este mai evoluată decât cea din Bulgaria, însă sub nivelul Cehiei sau Ungariei, în România companiile investind încă masiv în infrastructură.

Provision Enterprise Technology Solutions este distribuitorul autorizat pentru România și deține competențele necesare pentru a ne reprezenta în fața clienților locali”, a declarat pentru Market Watch **Paul St. John**, Regional Director Europa de Nord și Est Riverbed.

Ce spun clienții despre participarea la Provision Days?

Din discuțiile avute, informarea despre tendințele pieței este motivul principal care îi determină să participe, dar la fel de importantă este documentarea despre tehnologii, produse sau servicii pe care urmează să le achiziționeze. În acest context, evenimentul este poate singura ocazie de interacțiune cu reprezentanții furnizorilor și distribuitorilor, dar și de validare a unor planuri și proiecte cu alți

utilizatori. „Am participat la «Provision Days» pentru a fi la curent cu ultimele soluții apărute în domeniul Securității Informației, deoarece, pentru o companie ca Provident, acest domeniu este unul foarte important. Stocarea, administrarea și protejarea datelor despre clienți sunt obiective critice pentru noi și, în general, încercăm să utilizăm cele mai performante instrumente existente pe piață, testate și validate în medii de business similare. Sunt mai multe soluții și produse prezentate la Conferința «Provision Days» care mă interesează și pentru care adun informații, cu precădere pe zona de virtualizare și securizare a mediului virtualizat”, a declarat pentru Market Watch **Eugen Iacob**, IT Manager Provident.

La eveniment au participat peste 180 de persoane, reprezentând atât cele mai importante companii românești din Top 100, cât și organizații din sectorul public, cărora li s-au alăturat cei mai importanți integratori și reselleri IT din România, Bulgaria și Moldova. „Provision Days” este un eveniment susținut de Provision Enterprise Technology Solutions, alături de partenerii Check Point Software Technologies, Gigamon, Hitachi Data Systems, HP Enterprise Security, McAfee, Brocade, Cyber-Ark Software, Guidance Software, Imperva, Qualys, Splunk, Websense, FalconStor, F5, Riverbed, Ruckus Wireless, SafeNet, Skybox Security și VMware. ■



De ce preferă companiile modelul Private

Extinderea proiectelor de virtualizare lansate deja în anii anteriori face ca din ce în ce mai multe companii să resimtă din ce în ce mai acut nevoia unor instrumente dedicate de monitorizare și management al platformelor virtuale. Existența unor ferme mari de mașini virtuale, extinderea proiectelor de virtualizare din zona serverelor către dispozitivele de stocare și zona de rețelistică, interesul în creștere pentru Cloud Computing sunt premisele care pot explica, parțial, și orientarea companiilor mari românești către modelul Private Cloud.

■ Radu Ghițulescu

Serviciile și tehnologiile Cloud încep să devină din ce în ce mai populare în rândul companiilor românești. Oferta se diversifică și adaptează constant „specificului local”, iar numărul clienților crește lent, dar sigur, chiar dacă se situează mult sub nivelul la care se raportează cabinetele de analiză, respectiv piața SUA.

Dezvoltarea lentă nu este însă o situație specifică doar României, ci întregii Europe, conform analiștilor Gartner. Potrivit sursei citate, nivelul adopției serviciilor și tehnologiilor Cloud în Europa

este în urmă cu doi ani față de situația din Statele Unite. Analiștii citează drept principali factori inhibitori pe Bătrânul Continent: diversitatea crescută a cerințelor de complianță și a normelor în ceea ce privește protecția datelor private (cerințe care se modifică frecvent), complexitatea proceselor de integrare business-to-business, lentoarea cu care sunt adoptate și asimilate politicile și recomandările Uniunii Europene la nivelul fiecărei țări și criza prelungită pe care o parcurge moneda Euro, fapt care afectează direct nivelul investițiilor în Cloud Computing.

În pofida tuturor acestor provocări cu care se confruntă majoritatea țărilor Europei, „55% din companiile mari din România folosesc, sub diverse forme, tehnologii din categoria Cloud Computing.” Aceasta este principala concluzie a studiului „Cloud Adoption 2012” realizat la cererea CIO Council România de către compania Consult Blue.

Importanța ordinului de mărime

Potrivit studiului citat, tehnologiile Cloud au trecut și în România de „punctul de unde întoarcerea nu mai este posibilă”, iar gradul de adopție va crește în următorii ani. Cercetarea a fost realizată în perioada 21-25 mai 2012 și se bazează pe răspunsurile date de membrii asociației.

Așa se explică precizarea importantă din enunțul anterior – „companiile mari”. Eșantionul pe care a fost realizat studiul CIO Council este alcătuit din cei peste 60 de membri care dețin sau au deținut funcția de Chief Information Officer/Director IT și care activează în mari corporații românești sau multinaționale din domenii

diverse de activitate. (Cifra totală de afaceri a companiilor unde aceștia activează depășește 2 miliarde de euro pe an.)

Prin urmare, referirea este limitată strict la categoria „large enterprises”, așa cum este aceasta asimilată la nivel local. Este vorba de companii cu departamente IT mari, cu un nivel de competențe tehnologice ridicat, cu experiență vastă în implementarea de proiecte informatice complexe și, mai ales, cu bugete de investiții pe zona IT consistente.

De ce Private Cloud?

Privit din această perspectivă, este explicabilă preponderența modelului Private Cloud în rândul marilor companii din România evidențiată de studiu. Care mai subliniază faptul că, deși companiile mari locale au înțeles valoarea și beneficiile oferite de modelul Public Cloud, acestea se focalizează pe dezvoltarea modelului Private Cloud. Potrivit cercetării realizate de Consult Blue, 20% din participanții la studiu au declarat că folosesc Public Cloud



mari românești

Cloud

- o posibilă
explicație -



fașoară, ca de exemplu instituțiile financiar-bancare și operatorii telecom,

două verticale în care există reglementări legislative stricte în ceea ce privește securitatea și confidențialitatea datelor, dar și disponibilitatea acestora.

în asociere cu cel privat, în timp ce doar 10% utilizează exclusiv „Norul public”.

O opțiune normală dacă privim din perspectiva respondenților, care reprezintă organizații cu investiții considerabile în dezvoltarea unor sisteme informatice eficiente și pentru care protecția datelor private, alături de disponibilitate și performanță, reprezintă elemente critice în desfășurarea business-ului. Deși contraargumentația furnizorilor de servicii de tip Public Cloud vizavi de aceste trei elemente-cheie este extrem de convingătoare și beneficiază de numeroase exemple concrete, există numeroase companii, în întreaga lume, nu doar în România, care manifestă reticență maximă atunci când li se prezintă proiecte de externalizare, totală sau chiar parțială, a infrastructurii hardware și software și trecerea la un model IT as a Service. Cum este cazul companiilor pentru care confidențialitatea datelor reprezintă un element critic prin natura business-ului pe care îl des-

Virtualizarea, o altă posibilă explicație

Însă nu doar cele trei elemente enunțate anterior (protecție, disponibilitate, performanță) sunt motivele care explică favorizarea proiectelor de tipul Private Cloud în cazul marilor companii locale.

Ordinul de mărime al organizațiilor și, inerent, al infrastructurii IT pe care acestea le dețin fac din „Norul Privat” o opțiune firească. Și aceasta pentru că, în majoritatea cazurilor (din studiul citat), este vorba de companii care dețin parcuri de servere de mari dimensiuni și care, inevitabil – sub efectul crizei economice, dar nu numai – au dezvoltat proiecte de virtualizare de amploare.

Extinderea nivelului de virtualizare a infrastructurii IT reprezintă primul pas în drumul spre Private Cloud. A doua fază a procesului este cea a trecerii de la managementul infrastructurii la managementul nivelurilor serviciilor

pe care IT-ul le oferă pe baza cerințelor venite din partea utilizatorilor de aplicații. Trecerea realizată prin introducerea unui nivel superior de automatizare și a unor capacități avansate de self-service pentru utilizatorii finali. Aceste noi funcționalități sunt completate prin structurarea unui model de monitorizare și contorizare a resurselor utilizate, care are rolul nu doar de a oferi un control exact al costurilor de „exploatare”, ci de a facilita efortul de previzionare a evoluției necesităților și a potențialelor direcții de dezvoltare a proiectului. Prin dezvoltarea capacităților de automatizare, self-service și contorizare-monitorizare, IT-ul este livrat în cadrul companiei ca o utilitate, un serviciu către diverse business units și se face pasul către interconectarea infrastructurilor de tip Cloud disparate într-un singur nivel de management.

Practic, modelul Private Cloud permite reunirea tuturor resurselor IT, gestionarea lor centralizată și posibilitatea alocării dinamice a resurselor, în funcție de necesitățile reale și de cerințele venite din partea utilizatorilor. Astfel, IT-ul devine un ansamblu de servicii, iar departamentul IT – gestionarul tuturor acestor servicii, care pot fi dezvoltate și customizate rapid (avantaj net față de oferta furnizorilor de servicii în Public Cloud) și scalate în funcție de cerințele de business.

Însă, așa cum aminteam, virtualizarea reprezintă o condiție fundamentală pentru dezvoltarea unui proiect de tipul Private Cloud. Condiție care se regăsește în majoritatea companiilor mari locale. ■

Un Eldorado pentru tehnologiile

Hsinchu Science Park (Taiwan)

Prezentul articol încheie o miniserie de contribuții la Market Watch legate de tehnologiile generice esențiale (Key Emerging Technologies = KET). Primul articol a descris cadrul general, așa cum a fost formulat în Europa și implementat în proiectul Programului UE „Orizont 2020”. Dezvoltarea KET este considerată vitală pentru competitivitatea economică a UE. Al doilea articol arată cum dezvoltarea acestor tehnologii este strâns corelată, luând exemplul grafenei (strat monoatomic de carbon), care „cuplează” patru din cele șase tehnologii generice esențiale: materialele avansate, nanotehnologia, nanoelectronica și fotonica. Cea de a treia contribuție a fost dedicată nanoelectronicii, cea mai matură dintre KET, arătând dificultățile pe care le are Europa în a „ține pasul” cu progresul pe plan mondial și, în particular, „amenințarea” pe care o reprezintă dezvoltarea explozivă din Asia. Pentru articolul de față am ales un exemplu asiatic. Fără a ignora progresul rapid al Chinei continentale (Republica Populară Chineză), devenită de curând a doua putere economică mondială, cazul Taiwan-ului este mai ușor de înțeles. Este vorba de un teritoriu cu o populație (26 de milioane de locuitori) comparabilă cu cea a României.

■ Acad. Dan Dascălu, Centrul de Nanotehnologii (CNT-IMT)

Cercetare-dezvoltare-inovare (CDI) în Taiwan

Investiția în cercetare - dezvoltare (CD). Taiwan este a 12-a țară din lume în raport cu GERD (gross expenditure on research and development). Rata de creștere a GERD (10,7% în 2007) arată că Taiwan își mărește investiția în cercetare cu o viteză mai mare decât alte economii dezvoltate (SUA, Japo-

nia, Germania). Sursa de finanțare principală este sectorul privat (69%).

Clasificări. Locul 6 în inovare din 133 de țări (Global Competitiveness Report 2009 – 2010, World Economic Forum). Locul 5 în infrastructura tehnologică din 58 de economii (World Competitiveness Yearbook 2010, Institute for Management Development). Locul 5 în lume după numărul de patente SUA atribuite în 2009.

Particularități ale politicii CDI. Taiwanul folosește stimulente financiare nu numai pentru investițiile străine directe, ci și pentru companiile indigene. Taxele au scăzut, iar IMM-urile primesc stimulente pentru angajarea de personal cu potențial inovativ.

Programul destinat centrelor CD inovative multinaționale încurajează companiile multinaționale să își stabilească centre CD regionale în Taiwan. Principalul scop este asigurarea colaborării între corporații multinaționale și firmele locale, astfel încât Taiwan să devină un centru regional de CD în regiunea Asia-Pacific. Implementarea planului a început în 2002. Până în acest moment, mai multe corporații internaționale de top, printre care Intel, HP, Dell, Sony, Microsoft, IBM și Ericsson au înființat 43 de centre de CD în Taiwan. S-a constatat că mediul industrial și infrastructura de aici sunt mult mai bune decât se așteptau, iar câteva companii chiar și-au extins centrele de CD.

Concomitent, Departamentul pentru Tehnologie Industrială finanțează programele de dezvoltare tehnologică pentru a integra resursele CD și cunoașterea din instituturile de cercetare, universități și industrie cu scopul de a dezvolta expertiza în domenii intersectoriale și a crește competitivitatea. În felul acesta se asigură o complementaritate cu acțiunile firmelor private, în principal prin formarea de specialiști, finanțarea cercetării precompetitive, dar și asigurarea de servicii științifice și tehnologice. Fondurile publice merg în dotarea și funcționarea unor „centre naționale” care cooperează strâns între ele, dar și cu industria.

Instrumente esențiale ale acestei politici sunt: Hsinchu Science Park (HSP) și Industrial Technology Research Institute (ITRI)

asiatic generice esențiale

Motto: „Industria de circuite integrate este tezaurul național al Taiwanului”

Hsinchu Science Park: 10% din economia țării

În Taiwan operează circa 70 de clustere industriale. Cele mai importante sunt „parcurile științifice”, care au rolul de a atrage industria „high-tech”, de a încuraja inovarea tehnologică și de a promova dezvoltarea regională. HSU a fost fondat în 1980 și a urmărit modelul „Văii Siliciului”, cu facilitarea accesului IMM-urilor, capital de risc, legătură cu educația etc. Astăzi este unul din liderii mondiali în cercetare tehnologică, dezvoltare și producție. Domeniile sunt: circuite integrate, calculatoare și periferice, telecomunicații, optoelectronică, mecanică de precizie, biotehnologie. HSP este foarte important pentru

fabricația de semiconductori (TSMC, UMC, Philips etc.). Ca urmare, HSP este esențial în dezvoltarea și aplicarea KET.

HSP are în prezent 5 parcuri satelit, cu o suprafață totală de 1342 hectare (din care 653 în parcul central, 350 într-un parc satelit în construcție). La sfârșitul lui 2009 avea 440 de companii (peste 50 străine), cu peste 132 mii de salariați, generând venituri de 22,5 de miliarde de euro (în 2007 HSP reprezenta circa 10% din economia Taiwan-ului). În acest moment, numărul de salariați a depășit 140.000, există 8 fabrici de nanoelectronică (inclusiv în construcție) și nu mai este loc pentru altele, dar aici se construiește și cel mai mare sincrotron din Asia. IMEC, cel mai mare centru independent

de nanoelectronică din Europa, investește și el în parc, alături de mari companii transnaționale care și-au creat aici centre de cercetare.

Industrial Technology Research Institute (ITRI)

ITRI (<http://itri.org.tw/eng/>) este o organizație de cercetare la nivel național, care urmărește întărirea competitivității tehnologice. A jucat un rol esențial în transformarea Taiwan-ului dintr-un „urmăritor” într-un „pionier” în high-tech. ITRI se concentrează în prezent asupra următoarelor domenii: Informații și Comunicații; Electronică și Optoelectronică; Materiale, Chimie și Nanotehnologie; Dispozitive medicale și Biomedicină; Mecanică și Sisteme; Energie verde și Mediu.

ITRI funcționează ca o platformă de instruire, asistență tehnologică și inovare, oferind servicii complexe: dezvoltare de produse și tehnologii, producții pilot, testare certificare, dar și consultanță, educație și instruire. ITRI a format 165 de companii inovative și a acumulat 10.000 de brevete. Cu peste 5.000 de specialiști de elită, ITRI se implică în cercetarea și dezvoltarea tehnologiilor cheie. Exemplul caracteristic este cel al industriei de semiconductori. ITRI a contribuit în mod esențial prin facilitarea transferului tehnologic, instruirea forței de muncă, susținerea spin-off-urilor. A facilitat interacțiunea cu TSMC (când activitățile pilot au avut nevoie de facilități mari) și colaborarea cu MIT (SUA) sau AIST (Japonia). În momentul de față, ITRI susține antreprenorii care se angajează în afaceri cu risc ridicat. Există și ITRI South (Microsystems Technology Center, MSTC).



Imagine caracteristică din HSP, care conține „clean rooms” (camere curate) caracteristice nanoelectronicii, inclusiv „large scale facilities” ale unor companii indigene

Alți actori în ecosistemul Hsinchu Science Park

National Nano Device Laboratories

(NDL) a apărut în 1988, cu denumirea actuală în 1993, iar din 2004 are o cameră albă de 3500 mp. Are 172 de salariați (plus 10 cercetători asociați din universități) dintre care 52 cercetători, 95 ingineri și tehnicieni, 25 personal administrativ. Este un centru de servicii cu activitate de cercetare științifică, cu un buget anual de 20-30 de milioane de dolari. Are trei moduri de operare:

(1) **Colaborare în cercetare.** Din 2001 a avut anual circa 100-150 de proiecte de cercetare cu circa 40 de universități.

(2) **Centru „deschis” de nanofabricație.** Servicii totalizând (în 2010) aproximativ 167 mii de ore de acces, cu venituri de peste 20 de milioane de dolari. Beneficiari: firme (au acces la fabricație) și universități.

(3) **Centru de instruire.** S-au elaborat programe de instruire. În 2010 au fost instruiți și s-au calificat pentru utilizarea facilităților de laborator 1.453 de „studenți”. NDL organizează anual diverse cursuri și sesiuni de instruire la care participă peste 5.000 de persoane. Infrastructura de cercetare a NDL a contribuit, de asemenea, la realizarea a peste 2.500 de teze de doctorat și de master.

Dispune de linii de fabricație și departamente de cercetare avansată (nanoelectronică, fonică), obținând premiere tehnologice pe plan mondial. Are parteneri industriali și academici (inclusiv U. C. Berkley și Universitatea Stanford).

National Chip Implementation Center (CIC), înființat în 1992, devenit organizație

națională în 2003. Dispune de 6000 mp, cu 11 laboratoare și 117 salariați, dintre care 64% cercetători (58% din ei cu titlul de doctor). Interacționează atât cu industria, cât și cu zona „academică”, punând la dispoziția acestora din urmă soft pentru aplicații industriale (cu reguli de proiectare pentru tehnologii avansate). Se proiectează CI (circuite integrate) și MEMS (microsisteme electro-mecanice). Anual se implementează 1.000-2.000 de proiecte și sunt 3-7.000 de participanți la cursurile de instruire. Se afirmă că Taiwanul ocupă locul 2 în lume (cu 24,4% din piață) în proiectarea de CI.

Instrument Technology Research Center (ITRC), înființat în 1974, este implicat în prezent în cercetarea-dezvoltarea sistemelor de instrumentație, cu următoarele particularități: miniaturizare prin micro- și nanofabricație, exploatarea sistemelor optice și de vid pentru calibrare și inspecție, interfețe inteligente om-mașină etc.

Crearea industriei semiconductoarelor (declarată prioritate națională în Taiwan) reprezintă un rezultat major al politicii guvernamentale de sprijinire a CD și a firmelor cu o angajare fermă pe direcția sprijinirii industriei de semiconductori (avantaje fiscale, sprijin administrativ, crearea unui mediu atractiv și inovativ). Rezultatele se văd în Hsinchu Science Park și sunt impresionante.

Taiwan Semiconductor Manufacturing Company (TSMC) și United Microelectronics Company (UMC), situate în același HSP (dar cu filiale în alte părți ale Asiei) asigură Taiwan-ului poziția de lider mondial cu primele două „turnătorii de siliciu” (silicon foundries) din lume: TSMC

și UMC, având în 2011 o cotă de piață de 48,8% și respectiv 12,1%. Piața mondială a fost în 2011 de circa 26 de miliarde de dolari, în creștere rapidă, fiind estimată la peste 40 de miliarde de dolari în 2015.

Asia Pacific Microsystems, Inc. (APM) este cea mai mare fabrică de microsisteme (MEMS) din lume, cu o facilitate de producție automată bazată pe tehnologia CMOS. Printre dispozitive se regăsesc diverse tipuri de senzori, elemente pasive, microstructuri micro și actuatori, care sunt utilizate în consumul curent, industria auto, telecomunicații și aplicații biomedicale. Deși are capacitate proprie de dezvoltare, APM oferă servicii tehnologice „turnând în siliciu” proiectele de microsisteme concepute de beneficiari. Tot spre servicii sunt orientate și următoarele două companii.

King Yuan Electronics Co., Ltd (KYECC) a fost înființată în anul 1987 și a devenit un lider mondial în dezvoltarea și furnizarea de soluții pentru testare. KYECC are sucursale în SUA, Japonia, Europa, China și Singapore.

ASE Group (Advanced Semiconductor Engineering Inc) este cel mai mare furnizor mondial de servicii independente pentru fabricarea semiconductoarelor, în asamblare și testare.

În final, se pot înțelege câteva **caracteristici ale ecosistemului Hsinchu Science Park**, axat în principal pe electronică. În loc de a dezvolta fabricația produsului final (componente), concurând cu giganții Intel (SUA) sau Samsung Electronics, industria este concentrată pe servicii (fabricarea „cip”-ului semiconductor, încapsulare, testare) în nanoelectronică și microsisteme. Flexibilitatea și investițiile masive le permit să atragă comenzi de pe o piață în continuă schimbare. Beneficiarii sunt aproape, cu centrele CD ale celor mai renumite companii din lume. Universitățile și centrele naționale de cercetare furnizează resurse umane, dar și noi rezultate de cercetare și noi aplicații, într-o paletă întregă de domenii de înaltă tehnologie.

Sursele de informații: „Cross-sectoral Analysis of the Impact of International Industry Policy on Key Enabling Technologies” (KET), final report, 28th of March, 2011 (EC). S-au folosit materialele oficiale de prezentare și informațiile obținute de la sursă în cursul vizitei autorului în Taiwan, cu ocazia participării la MMS (MicroMachine Summit), a 18-a ediție (aprilie 2012). Fotografii aparțin autorului.



Imaginea sugerează dimensiunile impresionante ale acestui unic „superinstitut” care este ITRI

De la Nucleu la Stele:

Scoala Carpatină de Fizică „Nucleu Exotic și Astrofizică Nucleară/Particule (IV)”

Între 24 iunie și 7 iulie 2012 s-a desfășurat la Sinaia Carpathian Summer School of Physics 2012 (CSSP12) cu titlul de mai sus. Este cea de-a 24-a ediție dintr-un șir lung de manifestări științifice internaționale pe subiecte de fizică nucleară, început încă din 1964, manifestări organizate de Institutul de Fizică și Inginerie Nucleară – Horia Hulubei, București-Măgurele (IFIN-HH). Este de remarcat aici că mulți dintre fizicienii români atribuie în mare parte existenței acestor școli internaționale clasa ridicată a cercetării românești de fizică nucleară, locul de frunte pe care îl ocupă azi IFIN-HH în cercetarea științifică românească, ca și competitivitatea internațională de care se bucură. Deoarece, între 1964 și 1989 școlile din Carpați au fost unice ocazii și moduri de contact cu lumea științifică internațională pentru zeci de cercetători români, fie specialiști bine stabiliți, fie tineri curioși și dornici de învățat (precum autorul). Erau, de asemenea, ocazii unice de contact științific Est-Vest.

■ Dr. Livius Trache, Director științific IFIN-HH și Cyclotron Institute, Texas A&M University

Ediția din acest an este a patra dintr-o serie nouă, începută în 2005, care combină trei ramuri majore ale domeniului: studiul nucleelor exotice depărtate de linia de stabilitate, astrofizică nucleară și astrofizică de particule (sau raze cosmice), nucleele și fenomenele nucleare fiind subiectul central care le leagă. Aceste din urmă patru ediții au fost organizate de un colectiv internațional provenind de la IFIN-HH și de la Cyclotron Institute, Texas A&M University, College Station, SUA (denumit câteodată IFIN-West, datorită prezenței specialiștilor români formați în IFIN). Manifestarea, denumită tradițional școală, a îmbinat de-a lungul deceniilor caracterul unei școli („profesori” predând „studenților”) și acela al unei conferințe de specialitate (unde specialiștii discută de la egal la egal noutățile din domeniu), ponderea fiind totdeauna către conferință. Anul acesta organizatorii s-au străduit să sublinieze caracterul de școală prin atragerea de tineri

și prin program, în mod distinct în prima săptămână. Pe durata a două săptămâni am avut aproximativ 100 de participanți de pe 6 continente, iar organizatorii au pus la punct un program bine încheiat, cu un subliniat caracter de interdisciplinaritate, atât în tematică, cât și în abordare.

Remarcabil este atât domeniul larg de dimensiuni ale obiectelor și fenomenelor tratate: de la sub femtometru (10^{-15} m) dimensiuni subnucleonice, la zecile de miliarde de ani lumină care sunt dimensiunile întregului Univers, cât și domeniul de vârste

și calificări al celor prezenți: de la student de 20 de ani, la cei 87 de ani ai prof. Igal Talmi (Academia din Israel)! 56 de profesori invitați (mulți revenind la Sinaia, alții atrași de renumele școlii) au prezentat lecții de model nuclear în pături, structura nucleelor exotice, reacții cu fascicule radioactive, fizica nucleară pentru astrofizică, originea elementelor chimice (nucleosinteza) în sistemul solar și în Univers, modelarea proceselor stelare, neutrini, raze cosmice, forțe fundamentale și structura subnucleonică. Nu a trecut neobservat faptul că în 2012 se împlinesc 100 de ani de la descoperirea razelor cosmice. Ca un bonus, am urmărit în direct, prin internet, sesiunea de la CERN care a anunțat descoperirea bosonului Higgs! Participarea lectorilor români de la egal la egal este un fapt cunoscut, care s-a manifestat și acum. Studenți sau tineri cercetători au prezentat un număr de 19 comunicări.

O manifestare specială a constituit-o masa rotundă: „Știința în timp de criză: reducem sau dezvoltăm?” la care au participat invitați din afara școlii, președintele ANCS, profesori universitari din țară. De un deosebit interes s-a bucurat luni 2 iulie sesiunea specială despre „Fizica la ELI-NP”, marele proiect în curs de startare la IFIN-HH.

Nu puțin a contat în calificativele de „excellent”, repetate de toți participanții, calitatea găzduirii de către hotelul Internațional din Sinaia, ca și programul social din timpul școlii: meciul de fotbal România-Restul Lumii (6-2!), banchetul de la Pârâul Rece, excursia duminicală pe traseul Bran-Brașov și cina de la Cetatea din Brașov.

Parte dintr-o proiectată rețea de patru școli europene de astrofizică nucleară, o nouă ediție a școlii carpatine se planuiește peste 2 ani, la Sinaia. ■



Comunitatea GIS a împlinit

O adevărată familie. Acesta este rezultatul obținut în urma celor 10 ani de Lumea geospațială, evenimentul organizat anual pentru parteneri, colaboratori și clienți de către Intergraph Computer Services. O aniversare „rotundă”, care a reunit o mare parte din membrii „familiei” geospațiale din România la Predeal, între 28-29 iunie. Însă, în acest an, s-au alăturat comunității specialiștilor GIS multe chipuri și nume noi.

■ Luiza Sandu

Pentru că a fost o ediție aniversară, prezentările și discuțiile s-au axat în prima zi pe tema centrală din acest an, „10 ani de comunitate geospațială”.

„Tema principală a acestei ediții este bilanțul, fiind a zecea ediție a acestui eveniment. Ce am propus, ce am rezolvat, ce avem de făcut în continuare”, a declarat în deschiderea conferinței Marcel Foca, director general Intergraph Computer Services.

Care au fost lecțiile învățate în acești ani?

„Lecție învățată: în contextul actual (resursele instituțiilor publice sunt puține, iar experții sunt și mai puțini), nu vă puteți permite colaborarea cu furnizori nepregătiți, să nu acceptați furnizori care vor să învețe ABC-ul meseriei voastre cu ocazia proiectului pe care l-ați demarat, să introduceți în criteriile de selecție acele elemente prin care candidații trebuie să dovedească un minim de cunoștințe despre activitatea și contextul dumneavoastră. Ce am mai învățat împreună în acești ani: nu se poate standardiza comunicarea inter-instituțională în absența unei standardizări interne, adoptarea standardului trebuie susținută prin proiecte

individuale/pilot care să implice comunicare bilaterală cu celelalte instituții implicate, când datele încep să circule între instituții apare problema unicității identității obiectelor”, a mai spus Marcel Foca.

Reprezentantul corporației Intergraph, Leos Svoboda, Director Intergraph Cehia și Director de Business Unit, a revenit la Lumea geospațială pentru a patra oară.

În 2010, Intergraph Corp a fost achiziționată de Hexagon, companie specializată în echipamente de măsură industriale, iar de atunci s-au produs cele mai multe schimbări la nivel de corporație. Tot în 2010, Hexagon ia decizia unirii Intergraph cu Erdas, companie care oferă soluții pentru datele rastru și care se afla deja în portofoliul Hexagon.

„Hexagon a decis să unească Intergra-

ph și Erdas, iar în viitor cele două companii vor lansa soluții comune”, a precizat Leos Svoboda.

Deși aceste schimbări nu au afectat ICS, utilizatorii GIS din România pot beneficia deja de cele mai noi tehnologii și soluții lansate de cele două companii, care au fost prezentate în detaliu la Predeal de către specialiștii Intergraph în cadrul a două seminarii. În finalul prezentării sale, Leos Svoboda a felicitat Lumea geospațială și a oferit un trofeu comunității Lumea geospațială, cu ocazia aniversării celor 10 ani, pentru spiritul de echipă și ajutorul pe care și-l oferă unii altora pentru a depăși dificultățile și problemele din activitatea de zi cu zi. Trofeul a fost înmănat gazdei evenimentului, Marcel Foca.



Marcel Foca, director general ICS



Leos Svoboda, Business Unit Manager Intergraph Cehia



Masa rotundă: Sevil Shhaideh, Ileana Spiroiu, Corneliu Grigore, Claudiu Zoicaș

românească 10 ani



Proiecte GIS de succes

Rând pe rând, reprezentanți ai administrațiilor publice locale, dar și ai altor instituții care au demarat proiecte de mare impact care au avut la bază soluțiile geospațiale Intergraph au împărtășit audienței din problemele, emoțiile și succesele implementărilor GIS.

Gabriela Vlad, șef serviciu IT la Primăria Brașov, a prezentat sistemul informatic existent în prezent în cadrul primăriei: „Am dorit realizarea unui Sistem Informatic Geografic care să gestioneze în mod unic toate datele geospațiale existente în Primăria Municipiului Brașov, să răspundă cerințelor ce implică date geospațiale din compartimentele primăriei, să asigure informarea corectă, completă și în timp util a factorilor de decizie și să ofere informații către publicul larg. Pot spune că am reușit împreună cu Intergraph realizarea acestui lucru.”

Ileana Spiroiu, directorul Centrului Național de Geodezie, Cartografie, Fotogrammetrie și Teledetecție, a precizat că OUG 64/2010 a fost aprobată în Parlamentul României în 26 iunie 2012. „România are acum limite teritoriale. Pentru limitele administrativ teritoriale neagreate, va exista o procedură de urgență stipulată în lege. Arbitrajul este făcut de prefect, care trimite în instanță documentele, după ce va încerca o mediere între cei doi primari care își dispută limitele administrative și aceasta nu se va soluționa”, a mai spus Ileana Spiroiu.

GIS... cu inima

Col. Dr. ing. Claudiu Zoicaș, Consilier al Delegației permanente a României la NATO, a vorbit despre soluțiile GIS cu care lucrează Inspectoratele pentru Situații de Urgență și care ajută la salvarea de vieți omenești.

Angela Ioniță, Director Științific al Institutului de Cercetări pentru Inteligența Artificială, Academia Română, a subliniat în prezentarea sa că suntem în urmă față de alte țări care înființează școli unde se învață despre INSPIRE: „Ce avem noi? Multă fragmentare: facultăți care au în curriculum discipline teoretice dispartate neînsoțite de practică; cursurile postuniversitare nu dau o pregătire suficientă pentru abordarea problematicei geogovernamentale și/sau INSPIRE în România; angajații din instituțiile publice nu sunt motivați să evolueze”.

Sorin Borza, profesor la Universitatea Lucian Blaga din Sibiu a făcut un bilanț al celor patru ani de derulare a programului Registered Research Laboratory, care a început în 2008: „Am început cu o grupă de 20 de studenți, care a crescut constant: 30 în anul universitar 2009-2010, 60 în 2010-2011 și 70 în 2012. În 2011 au fost 63 de proiecte, iar de doi ani studenții își fac și lucrările de diplomă având ca subiecte teme din GIS”.

A doua parte a zilei a adus împreună la masa rotundă patru formatori de opinie în domeniu, Sevil Shhaideh, președinte ANIAP, Ileana Spiroiu, Corneliu Grigore și Claudiu Zoicaș, care au dezbătut alături de ceilalți participanți vechile și actualele probleme cu care se confruntă comunitatea geospațială din România. „După 20 de ani de implementări, secretul unor soluții «vii» încă stă în resursa umană”, a concluzionat Sevil Shhaideh.

Noutăți de la Intergraph

Cea de-a doua zi a conferinței a găzduit seminarii teoretice și, în paralel, seminarii tehnice, ambele împărțite pe trei secțiuni: Geospațial, Utilități și Ordine Publică.

Unul dintre cele mai interesante seminarii, din perspectiva noutăților prezente deja în portofoliul Intergraph Computer

Services, a fost cel susținut de Doina Zamfirescu și Margareta Sima. „Dacă vi se întâmplă să aveți probleme cu utilizarea volumelor mari de imagini, să aveți versiuni diferite din perioade de timp diferite, utilizatorii găsesc greu datele și nu în timp util, iar odată găsite sunt greu de afișat, nu există interoperabilitate între datele și aplicațiile geospațiale, noi avem acum soluția. ERDAS Apollo este un server de imagini pentru managementul, analiza, procesarea și distribuția volumelor mari de date”, a precizat Doina Zamfirescu.

O altă noutate este GeoMedia Smart Client, platforma ce permite implementarea unor fluxuri de lucru chiar și pentru utilizatori neexperimentați. Platforma rezolvă diverse probleme cheie ale organizațiilor: „Nu pot să exploatez suficient resursele de date geospațiale”; „Am nevoie de multe posturi de lucru, dar nu mai pot achiziționa licențe desktop și nu am destui specialiști GIS”.

Premiile Lumea geospațială 2012

Premiul pentru întreaga carieră geospațială – Adrian Bucura, postum
Premiul Formator de opinie geospațială – Sevil Shhaideh, președinte ANIAP



Premiul pentru leadership geospațial

– Ileana Spiroiu, director CNGCFT

Premiul pentru comunicare**geospațială inter-instituțională**

– Primăria Municipiului Brașov

Premiul pentru continuitate strategică

– ANRM.

Pentru a marca cea de-a 10-a ediție a evenimentului Lumea Geospațială, anul acesta au fost oferite încă două premii aniversare:

Veteranul decadei geospațiale – Constantin Moga, Consiliul Județean Mureș

Instituția cea mai activă în decada geospațială – Primăria Municipiului Brașov.

Nu a lipsit nici concursul de postere, la care a participat un număr record de 14 postere:

Locul I: „Comportament Criminal Predictibil” – Titus-Luigi Sultan, IGPR

Locul II: „Sibiu - Trafic greu” – Adela Verdeș, Primăria Municipiului Sibiu

Locul III: „Un manager bun nu are nevoie de o minune, ci de o soluție geospațială Intergraph” – Carmen Iancu, Primăria Municipiului Oradea.

Concurs Geospațial... Monumental!

Ca în fiecare an, deși oboșiți după o zi

plină și lungă de dezbateri, invitații au participat cu entuziasm la tradiționalul concurs pe teme geospațiale.

În acest an, cele cinci echipe formate au trebuit să construiască un monument dedicat comunității geospațiale cu materiale primite la începutul concursului, obținute prin negocieri cu celelalte echipe sau cumpărate în timpul rundelor speciale. Monumentul trebuia să îndeplinească anumite cerințe legate de înălțime sau de materialele utilizate (mușamaua albastră cu buline a fost unul dintre cele mai negociate materiale de către echipa din care am făcut parte). Echipetele trebuiau să echilibreze balanța între ceea ce cheltuiau și punctele pe care monumentul lor îl putea acumula după jurizare. Înălțimea și rezistența la curentul creat de un ventilator erau probe eliminatorii. Din fericire, toate monumentele au trecut proba de... vânt. Monumentul care a obținut locul I a fost „GIS – Kissing the sky”, iar reprezentanții Market Watch au făcut parte din echipa câștigătoare.

Sondajele din anii trecuți arată că mai mult de 95% din participanți consideră foarte folositoare cunoștințele dobândite și că ar dori să vină din nou la conferința Lumea Geospațială. Așadar, să ne vedem cu bine în formație completă la Lumea geospațială 2013!



10 ani de Lumea

2003 (52)

Prima conferință a avut loc în București, la hotelul Marriott, pe 18 iunie.

Unul dintre obiectivele organizării acestui eveniment a fost de a realiza primul pas spre crearea comunității românești a utilizatorilor de soluții geospațiale.

2004 (77)

Hotelul Piatra Mare din Poiana Brașov, 21 și 22 octombrie

Cele mai recente dezvoltări tehnologice ale domeniului geospațial și studii de caz ale unor proiecte concrete dezvoltate în România

Echipele de informaticieni înscrise au prezentat în plen propunerile unor proiecte de realizare a unor soluții geospațiale.

2005 (98)

Hotelul New Montana din Sinaia, 16-17 iunie

Infrastructura Națională de Date Spațiale

Realizarea unui proiect de infrastructură de date geospațiale la nivel local (județul Reședințești).

2006 (90)

Hotelul New Montana, Sinaia, 9-10 noiembrie

Implementarea Infrastructurii Naționale de Date Spațiale

Construirea unui prototip din diverse materiale și alcătuirea unui set de instrucțiuni pentru acesta. Prototipurile au fost ascunse de către echipa ICS, iar instrucțiunile redistribuite între echipe. Obiectivul a fost să reconstruiască prototipul, cât mai asemănător cu originalul, folosind instrucțiunile de la cealaltă echipă.

2007 (114)

Bran, Cheile Grădiștei, 14-15 iunie

Interoperabilitatea și comunicarea

În echipe de 10, conduși de un manager, participanții au fost provocați să îmbunătățească fluxurile de lucru din procesul de producție al unui „obelisc” fabricat din paie, scobitori, elastice și alte materiale.

geospațială

2008 (118)

Hotel Internațional, Sinaia,
26-27 iunie

Comunicarea inter-instituțională
„Bursa geospațială”

2009 (100)

Hotel Internațional, Sinaia,
11-12 iunie

Sursele și modalitățile de finanțare a
soluțiilor geospațiale
„Goana după fonduri”

2010 (100)

Hotelul Acasă la Dracula, Poiana
Brașov, 24-25 iunie

Directiva INSPIRE
„Puzzle Geospațial”

2011 (97)

Cheile Grădiștei-Fundata, 16-17
iunie

Soluțiile geospațiale – începutul ma-
turizării
„Bingo Geospațial”

2012 (103)

Hotel Orizont, Predeal, 28-29 iunie.
Partenerii ediției au fost Geodis, Industrial
Software, Kaspersky, Ontotech Software
Consult, PMSolutions și Romsys.

Dezvoltarea unei comunități
geospațiale în România, „10 ani de comu-
nitate geospațială”

Locație

Tema centrală

Număr participanți

Concurs



Primul eveniment
a avut loc la București

Market Watch, ICS
și decada geospațială

În urmă cu 10 ani inițiam împreună cu Intergraph Computer Services o rubrică lunară nouă în Market Watch: Lumea Geospațială. În ciuda planurilor temeinice făcute la vremea respectivă, nu m-am gândit niciodată că această rubrică va rezista mai bine de 10 ani, fiind probabil cea mai constantă și longevivă rubrică dintr-o revistă de IT.

Secretul nu stă nici în abordarea editorială a echipei Market Watch și nici în viziunea de marketing și comunicare a Intergraph Computer Services, ci în interesul pieței locale pentru soluții geospațiale. Comunitatea care s-a creat în jurul conceptului „Lumea Geospațială”, care a depășit de mult stadiul de conferință și rubrică în revistă, este motivul care ne-a determinat să mergem mai departe în identificarea tendințelor din domeniu, a liderilor de opinie sau a celor mai reușite proiecte.

O analiză a acestor 10 ani arată că rubrica Lumea Geospațială a generat peste 120 de articole, cu un total de circa 230 de pagini (aproape o carte), am prezentat 20-25 de proiecte mari și am avut peste 60 de interlocturi. Începând cu 2005, rubrica a avut și o prezență online, arhiva conținând în mod curent aproximativ 120 de articole (există și materiale prezente exclusiv online), majoritatea dintre cele mai vechi de 2011 adunând câteva mii de accesări. Această arhivă reprezintă cu siguranță cea mai bună sursă de informare, în limba română, pentru înțelegerea domeniului GIS.

Tematica articolelor a fost permanent diversificată, de la prezentarea unor proiecte locale până la definirea unui Dicționar GIS. Dincolo însă de materialele informative despre tendințe, evenimente și lansări de produse, esența rubricii o reprezintă materialele de analiză, prin care cititorii au

aflat despre finanțarea unui proiect GIS din fonduri europene, despre utilizarea hărților digitale în situațiile de urgență sau despre gestiunea achizițiilor publice cu o soluție GIS. Autorii au fost la fel de diversificați, de la membrii redacției și ai echipei ICS, până la Șefi de Servicii IT din sectorul public, membri ai Academiei Române și arhitecți. Rubrica nu a avut niciodată un caracter tehnic și în prea puține situații am vorbit despre aplicații, interfețe etc., scopul primar fiind acela de educare a pieței în spiritul



Market
Watch
a primit
în 2005
Premiul
pentru
promovarea
domeniului
geospațial

eficientizării activității prin utilizarea soluțiilor geospațiale.

An de an am fost partenerii media de bază ai evenimentului Lumea Geospațială, unde ne-am informat, ne-am implicat în activități, am oferit abonamente participanților și am adunat constant feedback. Toate acestea ne-au ajutat să identificăm interesul audienței și să păstrăm rubrica permanent proaspătă. Evident, eforturile noastre nu au fost în zadar, în timp am construit relații solide cu principalii membri ai comunității, ne-am ascultat și promovat reciproc, iar din partea Intergraph am primit distincția pentru „Promovarea Domeniului Geospațial”. (G.V.)

Prescripția Electronică, între beneficii și critici

Intrată în vigoare din data de 2 iulie a.c., Prescripția Electronică a devenit rapid un subiect larg dezbătut în presă. Efectele pozitive pe care acest nou mod de lucru impus farmaciilor și medicilor le poate genera sunt evidente. Procedura de punere în practică nu este însă cea mai adecvată susțin ambele părți, care argumentează necesitatea coexistenței celor două sisteme.

■ Radu Ghițulescu

Potrivit oficialilor Casei Naționale de Asigurări de Sănătate (CNAS), introducerea Prescripției Electronice poate genera câștiguri considerabile atât pentru farmacii, cât și pentru pacienți, eficientizând semnificativ sistemul de sănătate românesc. Estimările sunt că, prin adopția rapidă la nivel național (trecerea completă la sistemul electronic este prevăzută a fi finalizată la 1 ianuarie 2013), Prescripția Electronică poate genera economii de minim 10%, un rezultat deloc neglijabil, având în vedere că, anual, în România se emit 41,7 milioane de rețete.

Principalele câștiguri ale beneficiarilor rețetelor electronice constau în verificarea și completarea mult mai rapidă a rețetelor, respectiv sunt serviți mult mai repede, și posibilitatea cumpărării medicamentelor fracționat, de la mai multe farmacii. (Prescripția Electronică poate funcționa șapte rețete separate, dar fracționarea se referă numai la medicamentele luate separat, nu și la cantitatea de medicamente.)

Beneficiile CNAS în urma introducerii acestui sistem constau, în principal, în raportări mult mai exacte, atât din partea farmaciilor, cât și a medicilor, care vor putea fi verificate rapid, mai ales în cazul eliberării de medicamente compensate sau gratuite. Se elimină astfel o bună parte din bătaia de cap dată de compararea, arhivarea și stocarea rețetelor emise în mod tradițional.



Unde apar problemele

Faptul că documentația și serverele de test aferente Prescripției Electronice au fost puse la dispoziția furnizorilor de soluții software cu doar câteva zile înaintea lansării oficiale a Prescripției Electronice a creat, inevitabil, o serie de probleme. Astfel, nu toți furnizorii au putut să-și adapteze aplicațiile la noile cerințe. Mai ales că acestea au fost ajustate constant în primele zile de la lansare pentru a se elimina disfuncționalitățile apărute.

Conform opiniilor din piață, astfel de probleme sunt inerente, însă ar fi putut fi evitate prin „declararea” și stabilirea unei perioade extinse de testare, și dacă s-ar fi acționat folosindu-se imperativul obligativității. Este un punct de vedere pertinent, având în vedere situația farmaciilor și a medicilor din mediul rural, din zonele izolate, unde rata de penetrare a Internetului este scăzută.

Apoi, pentru a atinge nivelul de performanță scontat, farmaciile sunt nevoite să se doteze cu cititoare/scanere 2D, ceea ce a generat o adevărată „ruptură de stoc” pentru vendorii de astfel de echipamente. (Un efect similar celui produs de anunțarea, din scurt, în urmă cu câțiva ani, a obligativității anvelopelor de iarnă...).

Pe de altă parte, deși 90% din cei aproximativ 11.000 de medici de familie existenți în România au certificate digitale, aceștia nu sunt dotați cu echipamentele de printare de care au nevoie pentru emiterea rețetelor cu coduri de bare și nici nu dețin cu toții abonamente Internet adecvate. Fapt care afectează drastic emiterea rețetelor compensate în sistemul electronic.

La aceste probleme, se adaugă criticile la adresa Sistemului Informatic Unic Integrat (SIUI) al CNAS, care este baza de date în care fiecare cetățean figurează cu statut de asigurat sau neasigurat. Modul de funcționare al Prescripției Electronice prevede că un pacient poate beneficia de o rețetă electronică cu medicamentele prescrise în regim compensat sau gratuit doar dacă este validată de SIUI. Însă, așa cum numeroși medici și farmaciști reclamă, sistemul are încă numeroase erori, respectiv plătitori de asigurări figurează ca neasigurați în SIUI.

Nu întâmplător, cu doar două zile de la lansarea oficială a Prescripției Electronice, Consiliul Național al Colegiului Medicilor din România (CMR) a solicitat în mod oficial Ministerului Sănătății și CNAS eliminarea obligativității Prescripției Electronice. ■

Cum a depășit Softeh Plus „impasul” Prescripției Electronice

La scurt timp de la lansarea oficială a sistemului Prescripției Electronice, au început să apară, inevitabil, criticile. Referitor la funcționarea sistemului, la dificultatea procesului de implementare, la costurile aferente etc. Pentru a putea avea o imagine reală asupra situației, i-am adresat câteva întrebări directorului general Softeh Plus, Mihai Calu.

■ Radu Ghițulescu

În presă au apărut deja critici referitor la sistemul Prescripției Electronice. Cât de fondate sunt acestea, prin prisma experienței Softeh Plus?

Se impun câteva precizări, care explică, parțial, apariția criticilor. Principala precizare care trebuie făcută este aceea că serverul de test și docu-

mentația aferentă Prescripției Electronice au fost puse la dispoziția noastră cu doar câteva zile înainte de lansarea oficială. Acest fapt ne-a obligat să facem o implementare contra-cronometru. Un efort susținut, dar care, pentru Softeh Plus, a meritat, clienții noștri fiind printre primii care pot utiliza sistemul Prescripției Electronice, beneficiind de toate avantajele aferente. La momentul actual, Prescripția Electronică este folosită de către toți utilizatorii soluțiilor noastre – sistemul Netfarm, care este instalat în peste 2.500 de farmacii, ceea ce reprezintă aproximativ 30% din piața de profil, și aplicația Medwin, utilizată de mai mult de 600 de medici de familie, iar numărul acestora crește rapid. Un alt aspect important care trebuie înțeles este acela că suntem încă în prima lună de funcționare în mediu real a Prescripției Electronice. Care diferă total de mediul de test. Prin urmare, a fost inevitabil apariția unor funcționări defectuoase ale sistemului. Care au fost rezolvate de către unii furnizori software mai bine, de alții mai puțin. Softeh Plus s-a numărat printre cei care au depășit cu brio și, mai ales, rapid aceste disfuncționalități. La momentul actual, toate farmaciile care utilizează soluția oferită de Softeh Plus și care au făcut upgrade, gratuit, la ultima versiune a sistemului Netfarm pot utiliza Prescripția Electronică.

Cum ați reușit să realizați acest lucru atât de rapid?

Faptul că am reușit să realizăm un flux complet încă din a doua zi de la lansarea Prescripției Electronice se

datorează, în principal, echipei Softeh Plus dedicate pe dezvoltarea și mentenanța sistemelor proprietate Medwin și Netfarm. Este vorba de o echipă numeroasă, alcătuită din specialiști cu un nivel superior de experiență. Ceea ce ne permite performanțe deosebite, cum ar fi, de exemplu, implementarea sistemului Netfarm într-un lanț de farmacii cu acoperire națională, de 110 unități, în decurs de o lună. Totodată, este vorba și de meritul utilizatorilor-clienților noștri, care s-au implicat activ alături de noi în efortul de implementare a Prescripției Electronice. Pe de altă parte, pentru a furniza o soluție completă și a veni în întâmpinarea cerințelor, mai ales din perspectiva obligativității utilizării scannerelor 2D într-un orizont de timp apropiat, Softeh Plus a încheiat un parteneriat cu compania Total Technologies, Platinum Partner Intermec. Astfel, putem oferi rapid și la timp clienților noștri echipamente performante la un raport calitate-preț avantajos. Mai mult decât atât, am adaptat aceste dispozitive astfel încât farmaciile să le poată utiliza pentru întreaga activitate (scanare rețete, coduri de bare produse, carduri de fidelitate, vouchere etc.).

Care sunt direcțiile ulterioare de dezvoltare?

Chiar dacă am reușit să adaptăm sistemele noastre la fluxul impus de introducerea Prescripției Electronice, nu ne oprim aici și monitorizăm constant modificările efectuate în sistemul CNAS pentru a optimiza în timp util sistemele proprii. Totodată, în perioada următoare, vom organiza întâlniri cu utilizatorii sistemelor Medwin și Netfarm pentru a analiza problemele reale pe care le au în utilizarea Prescripției Electronice și vom introduce rețeta electronică și în sistemele informatice integrate pentru spitale, clinici și laboratoare oferite de către Softeh Plus. ■

Mihai Calu,
director general
Softeh Plus

Interoperabilită are nevoie de

Atunci când avem de rezolvat o problemă a cărei soluție se află într-una din instituțiile statului, plecăm de acasă sau de la birou cu un vraf de hârtii: copie după buletin, certificat de naștere, căsătorie, deces, actul casei, autorizație x, y, z, cazier etc., după caz. Cum ar arăta România în care instituțiile la care mergem găsesc automat actele de care au nevoie accesând bazele de date ale instituțiilor care le-au emis, fără să le mai ceară și cetățeanului?

■ **Luiza Sandu**

Cuvântul magic e interoperabilitate. Și chiar că avem nevoie de puțină magie în România, o dată pentru a le oferi ceva viziune liderilor locali atunci când implementează soluții informatice pe mulți bani și a doua oară pentru a dezmoști lucrurile în administrația centrală în ceea ce privește crearea cadrului de interoperabilitate.

În România, cuvântul interoperabilitate a rămas la stadiul definiției din dicționar, cu câteva excepții. Vorbim însă foarte mult de interoperabilitatea unor aplicații și baze de date între diferite instituții, ale cărei efecte se manifestă într-o proporție foarte mare la nivelul instituțiilor și anume în creșterea gradului de eficientizare, și foarte

puțin spre deloc la nivelul cetățeanului.

Să luăm un exemplu. În luna septembrie a anului trecut, Primăria din Cluj-Napoca anunța că a început implementarea unui sistem informatic integrat de tipul e-administrație, prin care cetățenii vor putea relaționa mai ușor cu primăria, fără să mai fie nevoiți să stea la cozi.

„Este vorba despre o ușurință în comunicare și în relația primărie-cetățean. (...) Dacă îți lipsește o documentație, nu mai vii la inspector să-ți iei dosarul și să-l depui din nou, pierzând acel număr de ordine, ci îți urmărești propriul dosar prin intermediul rețelei, vezi că îți lipsește un anumit document, poți să vii a doua zi și să-ți completezi dosarul, fără a-l mai retrage din primărie”, explica fostul primar Sorin Apostu.

Desigur, inițiativa e foarte bună, aplicația scutește timp și bani atât pentru primărie, cât și pentru cetățean, însă cetățeanul va trebui să stea la alte cozi, pentru a i se elibera actul care îi lipsește și va face un alt drum la primărie pentru a depune documentația. Nu ar fi fost mai simplu și mai logic ca funcționarul primăriei să acceseze aplicația instituției care elibera actul care îi lipsea cetățeanului și să rezolve mult mai simplu și eficient problema în locul cetățeanului? Iar cetățeanul să urmărească online ziua și ora la care va trebui să se prezinte la primărie să-și ia actul pentru care a depus dosarul?

Abia în acest caz vorbim cu adevărat de interoperabilitate în administrația publică, atât în relația instituție-instituție, cât și în relația instituție-cetățean.

Ce mai e nou legat de interoperabilitate?

Am solicitat un punct de vedere Ministerului Comunicațiilor și Societății Informaționale (MCSI), al cărui ministru este pentru a doua oară Dan Nica și în mandatul căruia se începuse lucrul la

crearea unui cadru de interoperabilitate, nefinalizat până în prezent.

Conform informațiilor primite, în prezent, MCSI coordonează un grup de lucru având ca sarcină elaborarea unei legi vizând interoperabilitatea sistemelor informatice din administrația publică, urmând ca după adoptarea legii să fie elaborat și un Cadru Național de Interoperabilitate armonizat cu legislația comunitară. Acest grup de lucru se consultă în prezent cu experții Comisiei Europene. În Agenda Digitală pentru Europa 2020 este menționată Strategia Europeană de Interoperabilitate, care stabilește priorități privind acțiunile necesare pentru îmbunătățirea interoperabilității, schimbului de informații și cooperării transfrontaliere și trans-sectoriale dintre administrațiile publice europene pentru furnizarea de servicii publice europene. Astfel, împreună cu statele membre, Comisia Europeană a ajuns la un acord ca, până în 2015, interoperabilitatea să încurajeze semnificativ furnizarea de servicii publice europene.

MCSI estimează că legea interoperabilității, precum și cadrul național de interoperabilitate vor fi adoptate până la sfârșitul acestui an. Un proiect de lege privind interoperabilitatea sistemelor informatice a fost inițiat în 2010 de Dan Nica, însă a fost respins definitiv de către Parlament. După cum am aflat de la MCSI, motivul pentru care Comisia pentru tehnologia informației și comunicațiilor a Camerei Deputaților a respins proiectul inițial în data de 8 februarie 2011 a fost anunțarea de către Comisia Europeană a intenției de a aduce modificări cadrului legal comunitar în domeniu (Directiva nr. 1999-93-EC privind semnătura electronică). Având în vedere necesitatea alinierii legislației naționale cu cea comunitară (procesul la nivel european fiind, în prezent, în derulare), legiferarea interoperabilității la nivel național a fost amânată.

tea românească puțină magie

Și totuși există interoperabilitate

Deși nu a fost creat încă un Cadru Național pentru asigurarea interoperabilității, există totuși proiecte ce au în vedere schimbul de date în format electronic, între diferite sisteme informatice ale instituțiilor administrației publice, bazat pe existența unor protocoale inter-instituționale, cum ar fi: Declarația unică, numărul de urgență 112, implementarea Directivei INSPIRE, Punctul de Contact Unic.

Nu se poate vorbi de interoperabilitate la nivel național, însă pe plan local a existat

un număr de entuziaști care chiar au pus în funcțiune sisteme integrate și interoperabile.

E cazul celor două consorții GIS de la Oradea și Constanța, de sistemele implementate la primăria Sibiu, exemple care au mai fost prezentate în paginile revistei noastre. Sigur, mai există și alte inițiative, însă exemplele de mai sus reprezintă adevărate resurse de bune practici pentru administrația publică din România.

Pentru a administra mai eficient teritoriul orașului și împrejurimile, în anul 2002, municipalitatea din Oradea a înființat Consorțiul Local de GIS, organizație ce a cuprins inițial primăria, operatorii

de apă, gaze, energie termică și electrică și câteva filiale locale ale unor agenții naționale. Dezvoltarea consorțiului a fost continuată prin parteneriatul inițiat de primăria Oradea și materializat în înființarea Zonei Metropolitane Oradea.

Un alt proiect de anvergură, care s-a extins și în afara granițelor României, a presupus realizarea și completarea bazei de date tehnice la nivelul județului Constanța, cu informații privind riscurile la inundații pentru zona geografică a județului Constanța și zona transfrontalieră a municipității Dobrich, din Bulgaria. În proiect s-au implicat Consiliul Județean Constanța, Inspectoratul pentru Situații de Urgență Dobrogea, Regia Autonomă Județeană Drumuri și Poduri Constanța, Regia Autonomă Județeană de Apă Constanța și municipalitatea Dobrich.

Poliția Comunitară Sibiu utilizează un sistem informatic unic la nivel de Poliție Comunitară în România, acesta fiind rezultatul colaborării dintre Poliția Comunitară Sibiu, Primăria Municipiului Sibiu, Serviciul de Telecomunicații Speciale și firma Intergraph Computer Services. Sistemul cuprinde două aplicații, prin care se pot vizualiza în timp real patrulele pe o hartă digitală pusă la dispoziție de Primăria Sibiu și respectiv se pot inventaria și analiza toate incidentele menționate în rapoartele agenților comunitari. Această dezvoltare a sistemelor informatice este o parte componentă a Sistemului Informatic Integrat al Primăriei Sibiu.

România nu are o lege cadru pentru e-guvernare, cum este cazul altor țări ale UE, de exemplu Austria, astfel că o serie de aplicații de e-guvernare și elemente de infrastructură necesare implementării acestora sunt puse în practică în baza unor acte normative specifice fiecărui sector, adoptate fie la nivel parlamentar, fie la nivel guvernamental. În ceea ce privește interoperabilitatea, această cerință este menționată în Strategia „e-România”, aprobată prin HG 195/2010. ■



Românii sal factura

Companiile care au optat pentru trimiterea facturilor lunare către clienții lor în format electronic spun că nu reducerile de costuri au fost principalul motiv care a stat la baza introducerii acestei opțiuni în portofoliul de servicii. Chiar dacă oficialii companiilor din telecom și utilități nu au oferit cifre, sumele economisite sunt totuși relevante.

■ Luiza Sandu

Vodafone România printea ză lunar peste 1.000.000 de facturi pentru abonați. La 31 martie 2012, Vodafone România avea un număr total de 7.938.829 de clienți. Reprezentanții companiei spun că reducerea de costuri nu este motivul principal al promovării facturii electronice: „Spre exemplu, în momentul de față, ceea ce economisim din tipărirea facturilor investim în reeditarea cărților de povești. Cu fiecare factură electronică reedităm 4 pagini dintr-o carte de povești. Clienții care aleg factura electronică pot vota, pe site-ul campaniei, www.vodafone.ro/salveazaocarte, cartea de povești care își doresc să fie reeditată. Cartea va fi oferită clienților, în magazinele Vodafone, înce-

pând din luna septembrie. În momentul de față, toți clienții care aleg factura electronică primesc un bonus de trafic de date de 250MB.”

Operatorul telecom a introdus pe piață serviciul de facturare electronică în luna mai 2008, iar în momentul de față numărul facturilor electronice emise de Vodafone depășește 500.000.

„Pe lângă beneficiile ce constau în trafic de date, avantajele principale sunt oferite de simplitatea accesării facturii. Aceasta este transmisă pe email, în momentul emiterii, iar prin accesarea contului MyVodafone, clienții au acces la o listă detaliată de convorbiri, la rapoarte de utilizare a serviciilor, plata facturii online și alte funcționalități utile. Ne așteptăm la o creștere a adopției facturilor electronice de aproximativ 30%, până la finele acestui an”, adaugă reprezentanții Vodafone.

GDF SUEZ – vizualizare electronică a facturii din 2007

GDF SUEZ Energy România este prima companie de energie de pe piața locală care a propus clienților săi serviciul de vizualizare electronică a facturii, prin intermediul Agenției online, încă din 2007. GDF SUEZ Energy România, filială a Grupului GDF SUEZ, este unul dintre cei mai mari furnizori de gaze naturale din România, având 1,4 milioane de clienți.

„Ca urmare a succesului Agenției, echipa noastră a îmbunătățit facilitățile oferite clienților pe www.gdfsuez.ro: în prezent, în Agenția online pot fi vizualizate ultimele șase facturi, consumul lunar și plățile efectuate sau pot fi achitate

facturile de gaze naturale. Clienții GDF SUEZ Energy România beneficiază, în plus, din 2010, de serviciul de primire a facturii de gaze naturale prin e-mail, nu doar în secțiunea Agenției online. Compania noastră a promovat aceste servicii cu argumente care au evidențiat caracterul practic al vizualizării imediate a facturii primite electronic, punând însă accent pe protecția mediului, ca urmare a diminuării cantității de hârtie tipărite”, spun oficialii GDF SUEZ Energy România.

Multe companii investesc sumele economisite din oferirea serviciului de factură electronică în proiecte CSR.

În perioada 2007-2010, compania și-a informat clienții despre avantajele facturii transmise prin e-mail și a contului de client în Agenția online prin flyere, scrisori, e-mail-uri și bannere pe Internet. Singura campanie promoțională adresată clienților care au ales factura transmisă prin e-mail este cea derulată în perioada 21 mai-25 iulie 2012, în urma căreia clienții care activează acest serviciu sunt automat înscrși într-o tombolă prin care pot câștiga cecuri-cadou în valoare de 1.500 sau 1.000 de lei pentru achiziția de electronice și electrocasnice în rețeaua Altex/Media Galaxy sau detectoare de gaze naturale și monoxid de carbon.

„Un număr mare de clienți, atât persoane fizice, cât și juridice au ales deja să primească factura de gaze naturale prin e-mail

vează copaci prin electronică

și/sau să aibă un cont în Agenția online. Procentul corespunde mediei europene din utilități și energie și, conform studiilor noastre, principala motivație de transfer către factura electronică a fost aceea a comodității și confortului pe care îl generează un asemenea serviciu pentru consumatori. Se remarcă, totodată, că piața românească are aceeași tendință de trecere la serviciile de facturare electronică ca alte piețe mature din restul Europei. Economii rezultate din transmiterea facturii prin e-mail permit companiei concentrarea, în viitor, pe dezvoltarea de noi servicii utile clienților noștri. Dintre acestea, o parte vor fi online: credem în potențialul de dezvoltare al Internetului și al contactului cu consumatorul prin intermediul acestui mecanism rapid, securizat și economic”, precizează oficialii GDF SUEZ Energy România.

3.000 de clienți Apa Nova au conturi online

Apa Nova București a pus la dispoziție clienților săi factura online în aprilie 2012, pe site-ul companiei, www.apanovabucuresti.ro. După trei luni de la lansare, serviciul număra deja 3.000 de clienți: 1.315 persoane fizice, 283 persoane juridice (societăți comerciale și instituții publice) și 1.402 asociații de proprietari (prin reprezentantul asociației, titular de contract). Promovarea serviciului s-a făcut prin mesaje personalizate, bonusuri individualizate, iar în luna august Apa Nova anunță că va lansa o campanie cu premii atractive

„Dematerializarea facturii se face conform Legii nr. 677/2001 pentru protecția persoanelor cu privire la prelucrarea datelor cu caracter personal și libera circulație

a acestor date. La Apa Nova București, procesul de transmitere exclusivă a facturii on line este în curs. Noi transmitem încă facturile și pe suport hârtie, așadar nu se poate vorbi deocamdată despre economii. Estimăm că până la sfârșitul anului vor fi create încă minim 7.000 de conturi, în plus față de cele deja existente”, au declarat reprezentanții companiei.

Cosmote a redus costurile cu 2,5%

COSMOTE a introdus serviciul gratuit de factură electronică în iulie 2011. Până în prezent, 5% din numărul total de clienți ai companiei a ales factura electronică, din care 85% sunt persoane fizice.

„Reducerea de costuri provine, în mod



evident, din scăderea consumului de hârtie, a cheltuielilor cu printarea și transportul facturilor în format fizic. După aproape un an de existență a acestui serviciu, costurile operaționale aferente facturilor fizice s-au redus cu aproximativ 2,5%. Obiectivul acestei inițiative este să punem la dispoziția clienților noștri o soluție îmbunătățită și securizată de accesare a facturilor. Optarea pentru introducerea facturii electronice depășește rațiunile financiare, este în sine continuarea unui angajament față de comunitate pe care COSMOTE și l-a asumat, acela de a proteja mediul înconjurător”,

Profilul utilizatorului serviciului de factură electronică

Vodafone

În prezent, utilizatorii care au optat pentru factura electronică sunt clienți cu valoare a facturii lunare mai mare decât media, provenienți preponderent din mediul urban, care folosesc servicii de internet, cu o vârstă cuprinsă între 18 și 50 de ani.

Romtelecom

Nu există un profil standard al clientului care a optat pentru primirea facturii în format electronic. Clienții Romtelecom care folosesc serviciul My Account, prin intermediul căruia se accesează factura în format electronic, au vârste foarte diferite, de la 19 la peste 70 de ani.

Apa Nova București

Client Apa Nova București, utilizator de internet, persoană activă social, majoritar masculin, 30-55 de ani.

Cosmote

Persoane active, cu o vârstă medie de 35 de ani, care au nevoie de flexibilitate și ușurință în accesarea informațiilor și efectuarea de plăți în orice moment al zilei. În general, este vorba despre persoane familiarizate cu utilizarea serviciilor electronice de plată (internet banking, plăți efectuate cu cardul pe internet).

spun oficialii COSMOTE România.

Clienții care aleg varianta electronică au acces la factură în scurt timp de la emiterea ei în sistem, aceasta putând fi achitată online sau prin orice altă modalitate de plată. Orice client COSMOTE își poate deschide un cont WebCare unde poate accesa factura electronică. Clienții pot arhiva și păstra fiecare factură câtă vreme se dorește acest lucru, eliminând riscul pierderii acesteia.

„Metodele de informare asupra posibilității activării facturii electronice sunt variate, de la website-ul companiei, la email-uri, mesaje incluse pe factură sau SMS-uri către clienții noștri. Continuăm să ne informăm clienții în legătură cu această opțiune și despre beneficiile utilizării serviciilor online și sperăm ca numărul celor care vor alege factura electronică să se dubleze până la finalul ace-

tui an, practic într-un ritm similar celui din alte industrii de servicii”, au adăugat oficialii companiei.

Sute de mii de clienți Romtelecom au ales factura electronică

Romtelecom a introdus serviciul de facturare electronică în iunie 2010. La jumătatea acestui an, compania avea câteva sute de mii de clienți care au ales varianta de facturare electronică, atât din segmentul rezidențial, cât și din cel business.

„Compania a promovat în mod constant factura electronică, utilizând mai multe canale de comunicare cum ar fi flyere, mesaje e-mail sau prin intermediul platformei My Account. De asemenea, au fost organizate, și încă mai au loc periodic, tombola speciale pentru clienții rezidențiali care aleg să primească factura în format electronic. Au existat și promoții prin care aceștia au beneficiat de credit de 3 euro la prima factură electronică. Nu au fost ocoliți de beneficii nici clienții business, aceștia au fost răsplătiți cu minute gratuite de convorbiri în rețelele Romtelecom și Cosmote utilizabile în prima lună în care primeau factura în format electronic. Printre facilitățile oferite clienților care au optat pentru factura electronică se mai numără și informarea prin SMS la emiterea facturii și oferirea unui card cu codul de bare al abonatului cu ajutorul căruia se poate plăti factura la orice partener încasator”, au declarat reprezentanții Romtelecom.

Aceștia menționează că economiile înregistrate de companie în urma implementării facturii electronice s-au evidențiat în 2011 și au reflectat costurile procesului de facturare pe hârtie aferent numărului de clienți care au optat pentru această facilități.

„Nu putem face estimări privind numărul de clienți care vor opta în viitor pentru primirea facturii în format electronic, însă ne dorim ca numărul acestora să crească într-un ritm mai alert decât până acum. De altfel, aceste așteptări sunt susținute și de tendința actuală prin care tot mai mulți români adoptă instrumente electronice, bazate pe acces la internet”, au mai spus reprezentanții Romtelecom.

E tot mai limpede, așadar, că în lumea extrem de agitată în care trăim, primirea facturilor în format electronic și plata acestora pe internet nu mai este de mult o modă sau o opțiune, ci o necesitate. ■



SAP România a crescut cu 28,2% pe segmentul software

Furnizorul mondial de soluții software de business SAP a anunțat rezultatele financiare preliminare pentru trimestrul doi, încheiat la 30 iunie 2012. Potrivit primului raport preliminar pentru această perioadă, SAP a înregistrat creșteri puternice în trimestrul doi 2012, în toate regiunile unde activează compania. Evoluția SAP se desfășoară potrivit estimărilor, raportând rezultate solide pe segmentele principale, dar și pe noile divizii de business. Evoluția puternică pe segmentul de cloud a continuat, fiind determinată de sinergia dintre SuccessFactors și SAP. De asemenea, compania și-a consolidat poziția de lider pe segmentul de mobilitate. SAP HANA și segmentul baze de date au consemnat o evoluție trimestrială remarcabilă.

În România, în T2 2012, comparativ cu T2 2011, SAP a înregistrat pe segmentul software o creștere a veniturilor cu 28,5%, în timp ce creșterea pentru primele 6 luni din acest an pe același segment raportată la perioada similară din 2011 s-a ridicat la 18,8%. „Evoluția SAP în România a urmat aceeași tendință ca la nivel global, iar companiile locale și-au îndreptat atenția către soluții software testate, care aduc beneficii dovedite și într-un timp redus, această orientare fiind determinată în special de mediu macroeconomic imprevedibil care impune luarea rapidă a deciziilor de business. O astfel de orientare a companiilor din România apreciem și în perioada următoare”, a declarat **Valentin Tomșa, directorul general al SAP România.**



Endava, listată în Global Outsourcing 100

Endava a fost nominalizată în cadrul topului anual Global Outsourcing 100, realizat de Asociația Internațională a Profesioniștilor în Outsourcing – International Association of Outsourcing Professionals (IAOP). De asemenea, Endava a fost listată și în cadrul categoriei Best Rising Star pentru cifra de afaceri realizată la nivel global și la secțiunea Best Rising Star în industriile sale țintă. Compania a avut o evoluție constantă în ultimii ani, cu rate anuale de creștere

de 25%, atingând un venit anual de 34 de milioane de euro. Endava a cunoscut un avans important și la nivelul numărului de angajați în birourile din România și Moldova, ajungând să aibă aproximativ 1.000 de salariați cu normă întreagă la nivel de grup. Totodată, Endava a programat noi investiții, pentru a sprijini expansiunea rapidă a operațiunilor sale, intenționând să ajungă la 1.600 de angajați în următorii doi ani. „Succesul companiei determină o continuare a extinderii și a investițiilor noastre în România și Republica Moldova. Ca urmare a unor contracte noi semnate cu organizații de renume, în principal din sectoarele financiar și telecom, avem în vedere extinderea capacității de a livra cu succes proiecte de mari dimensiuni din Europa de Est”, a declarat **John Cotterell, Chief Executive Endava.**



Kapsch își consolidează poziția pe piața mondială

Grupul Kapsch a continuat să crească în anul fiscal anterior (1 aprilie 2011 – 31 martie 2012) și și-a consolidat poziția pe piață la nivel mondial. Cu o cifră de afaceri totală de 984,1 milioane de euro, cu 19% mai mare față de anul anterior, acest an se remarcă a fi cel mai de succes din întreaga istorie de 120 de ani a companiei. Divizia Kapsch TrafficCom a contribuit cu 55% din cifra de afaceri totală, în timp ce diviziile Kapsch BusinessCom și Kapsch CarrierCom au avut ponderi de 22,9% și respectiv 21,8%. Cea mai importantă creștere a cifrei de afaceri, cu 70% față de anul fiscal precedent, a fost înregistrată în Europa Centrală și de Est. 26% din cifra de afaceri a fost generată de operațiunile din Austria, 38% în țările din Europa Centrală și de Est, 15% în Europa de Vest, 7% în America de Nord și de Sud și 14% pe restul piețelor precum Africa de Sud și Australia. Rezultatul operațional al grupului Kapsch a avut o evoluție la fel de excelentă: EBITDA a crescut cu 10% la 99,6 milioane euro. EBIT a rămas cu 67 milioane de euro (+1%) la același nivel excelent al anului trecut. Strategia de creștere este evidențiată clar de efectivul încadrat. Numărul angajaților a crescut cu 18% comparativ cu anul precedent până la 4.826. Cota alocată cercetării a fost de 9%, ceea ce înseamnă că aproximativ 84,8 milioane de euro au fost investite în domeniul R&D. Kapsch operează în prezent 13 centre de cercetare și dezvoltare la nivel global. „Evoluțiile din sectoarele noastre de activitate sunt o dovadă a poziționării noastre puternice. Ne concentrăm pe creșterea pe termen lung a grupului nostru. De aceea vom urma cu consecvență drumul pe care l-am ales, investind în noi domenii de afaceri”, a afirmat **Georg Kapsch, CEO al Kapsch Group.**

Licitatația de își așteaptă

În acest an, Autoritatea Națională de Reglementare în Comunicații (ANCOM) scoate la licitație drepturile de utilizare a frecvențelor în benzile de 800, 900, 1800 și 2600 MHz pentru furnizarea de servicii de comunicații mobile – voce și date – pe o perioadă de 15 ani. Este prima oară când în România licențele de spectru se acordă printr-o procedură de selecție competitivă.

■ Luiza Sandu

La începutul lunii iulie, ANCOM a publicat anunțul oficial privind organizarea și punerea în vânzare a caietului de sarcini pentru licitația de spectru. Candidatura și garanția de participare pot fi depuse până la 13 august 2012. Comisia de licitație va analiza documentele de calificare depuse și va anunța până la data de 20 august 2012 care dintre candidați se califică în etapa următoare, pentru ca licitația propriu-zisă să înceapă la data de 10 septembrie 2012. Procedura de licitație va fi deschisă, ascendentă, multi-benzi și multi-runde, iar durata sa depinde de numărul de runde de licitare. ANCOM estimează că rezultatele finale vor fi anunțate în cursul lunii octombrie.

Dosarul de candidatură va conține și oferta inițială care va indica numărul de blocuri pe care candidatul dorește să le

achiziționeze în fiecare dintre categoriile de spectru disponibile. În cadrul licitației vor fi acordate două tipuri de licențe: pe termen lung (15 ani, valabile până în aprilie 2029) în benzile de 900 și 1800 MHz (deținute în prezent de Orange și Vodafone) și pe termen scurt (1 an și trei luni, valabile până în aprilie 2014), pentru toate frecvențele, inclusiv cele deținute în prezent de Orange și Vodafone. Resursele de spectru scoase la licitație permit intrarea unui nou jucător pe piața de comunicații mobile din România, pe lângă cei existenți. În același timp, licitația nu le garantează acestora din urmă păstrarea licențelor deținute în prezent.

ANCOM a detaliat în caietul de sarcini cerințele minime de acoperire care variază în funcție de benzile câștigate, de existența anterioară pe piața din România și de acordarea accesului operatorilor mobili virtuali în propriile rețele. De asemenea, ANCOM a impus cerințe minime de acoperire diferite în funcție de serviciile de voce și internet ce

urmează a fi oferite prin intermediul spectrului câștigat, precum și obligații temporare de roaming național în rețelele de tip GSM și IMT-2000/UMTS existente, în favoarea furnizorilor de rețele a căror acoperire a depășit 30% din populație. Pentru a încuraja apariția operatorilor mobili virtuali, ANCOM a prevăzut stimulente pentru ofertanții care vor permite accesul acestora în rețelele proprii, precum diminuarea valorii scrisorii de garanție și acordarea unor termene mai generoase pentru îndeplinirea obligațiilor de acoperire.

Principalii doi operatori de telefonie mobilă din România au acuzat ANCOM că, prin intermediul caietului de sarcini, îi obligă să cumpere fie mai puțin, fie mai mult spectru, astfel cheltuind inutil sume importante de bani. ANCOM a modificat caietul de sarcini, astfel încât Orange și Vodafone să nu fie obligate să cumpere fie mai mult, fie mai puțin spectru decât folosesc în prezent, pentru perioada ianuarie 2013-aprilie 2014.

Spectru scos la licitație, durate de utilizare, prețuri de pornire

53 de blocuri duplex de câte 5 MHz plus 3 blocuri nepereche de câte 15 MHz în banda de 2600 MHz, împărțite în 7 categorii (A-G):

Categorie	Număr de blocuri	Banda	Măreimea blocurilor	Utilizare	Preț pornire/ Bloc (taxă minimă de licență) (euro)	Puncte de eligibilitate/ bloc	Durata licențelor
A	6	791-821/ 832-862 MHz	2 x 5 MHz	06.04.2014 – 05.04.2029	35.000.000	175	15 ani
B	5	890-915/ 935-960 MHz	2 x 5 MHz	01.01.2013 – 05.04.2014	3.400.000	17	15 luni
C	7	880-915/ 925-960 MHz	2 x 5 MHz	06.04.2014 – 05.04.2029	40.000.000	200	15 ani
D	6	1722,7- 1747,5 MHz/1817,7- 1842,5 MHz	2 x 5 MHz	01.01.2013 – 05.04.2014	800.000	4	15 luni
E	15	1710-1785/ 1805-1880 MHz	2 x 5 MHz	06.04.2014 – 05.04.2029	10.000.000	50	15 ani
F	14	2500-2570/ 2620-2690 MHz	2 x 5 MHz	06.04.2014 – 05.04.2029	4.000.000	20	15 ani
G	3	2570-2615 MHz	1 x 15 MHz	06.04.2014 – 05.04.2029	3.000.000	15	15 ani

Sursă: ANCOM

spectru mușteriii

„În urma unor analize extinse și a mai multor runde de consultări cu industria, condițiile licitației vor permite obținerea, de către unul sau ambii operatori Orange și Vodafone a întregii cantități de spectru deținute în prezent”, a declarat Cătălin Marinescu, președintele ANCOM.

Schimbarea nu afectează planurile altor operatori de a obține spectru în această bandă. „În același timp, condițiile licitației vor permite operatorului care nu deține spectru în banda de 900 MHz, RCS&RDS, sau unui nou intrat să obțină resursele de spectru pe care le dorește. Așa cum este normal, totul va depinde de decizia de a licita a participanților la licitație și fiecare porțiune de spectru va ajunge la cel care va oferi pentru ea suma cea mai mare. Important este că toți se vor bucura de condiții egale în procesul de licitație”, a mai spus Cătălin Marinescu.

Cât costă licențele?

Vor fi scoase la licitație 42 de blocuri pereche de câte 5 MHz, dintre care 6 sunt în banda de 800 MHz, 7 în banda de 900 MHz, 15 în banda de 1800 MHz și 14 în banda de 2600 MHz, precum și 3 blocuri nepereche de câte 15 MHz în banda de 2600 MHz. Se vor acorda și licențe pe termen scurt: 11 blocuri (5 în 900 MHz și 6 în 1800 MHz).

ANCOM a redactat și un proiect de hotărâre de Guvern care să stabilească prețul de pornire pentru fiecare bloc din cele patru benzi. Astfel, fiecare bloc alocat pe 15 ani din banda de 800 MHz va avea un preț minim de 35 de milioane de euro, cele din banda de 900 MHz de 40 de milioane de euro, respectiv 10 milioane de euro per bloc în banda de 1800 MHz și 4 milioane per bloc pereche și 3 milioane pe bloc nepereche în banda de 2600 MHz. Pentru blocurile care vor fi alocate pe perioade de 15 luni valorile au fost stabilite la 3,4 milioane în banda de 900

MHz și 0,8 milioane în banda de 1800 MHz.

În cazul în care se alocă toate blocurile de frecvențe la prețul de pornire propus de ANCOM, valoarea totală a spectrului scos la licitație s-ar putea ridica la 700 de milioane de euro. ANCOM apreciază că nivelurile propuse sunt justificate prin prisma caracteristicilor tehnico-economice ale frecvențelor care fac obiectul licențelor, permit recuperarea costurilor eliberării (evaluate de Ministerul Apărării Naționale la 234 de milioane de euro) și sunt proporționale în raport cu dinamica competitivă și circumstanțele pieței de comunicații din România.

Operatorii care vor câștiga blocuri în banda de 800 MHz și/sau 900 MHz vor avea obligația de a asigura, până la data de 5 aprilie 2015, acoperirea cu prioritate a unui număr de 107 localități pentru fiecare bloc câștigat. Lista acestor localități va fi furnizată de ANCOM și ea conține localitățile din România care nu aveau acoperire cu servicii de date mobile de bandă largă anul trecut. În plus față de această obligație, până la data de 5 aprilie 2019, acești câștigători vor trebui să asigure acoperirea unor zone locuite de

cel puțin 60% din populația României cu servicii de comunicații mobile, prin intermediul infrastructurii proprii. Operatorii care vor câștiga blocuri doar în benzile de frecvențe de 1800 MHz și/sau 2600 MHz au obligația de a asigura acoperirea unor zone locuite de cel puțin 30% din populația României cu servicii de comunicații mobile, prin intermediul infrastructurii proprii, până la data de 5 aprilie 2019, cel mai târziu. „Pentru că tehnologiile în telecom se schimbă atât de mult, durata unei tehnologii este de vreo 5 ani, atunci dorim să le oferim operatorilor șansa de a-și recupera investițiile, de aceea am propus un termen de valabilitate a licențelor de 15 ani”, a explicat Cătălin Marinescu.

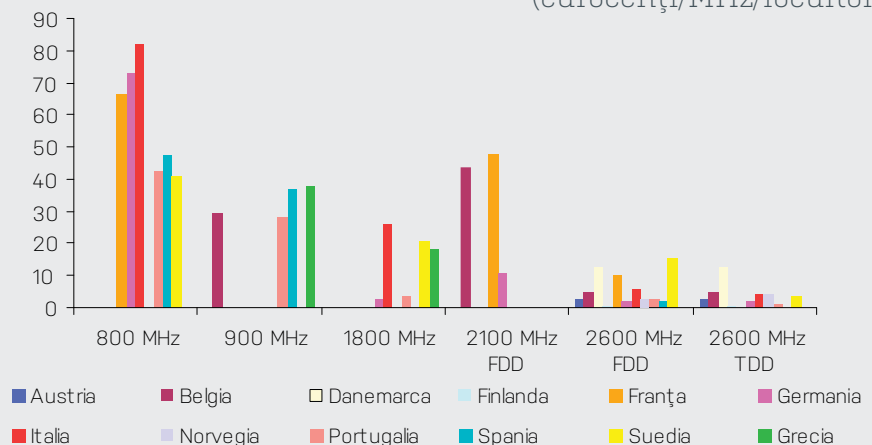
La procedura de selecție nu poate participa un candidat sau ofertant care face parte din grupul altui candidat sau ofertant.

Miza LTE

Orange România și-a pregătit deja rețeaua pentru LTE, având o acoperire foarte bună și în zona rurală – 100 de milioane de euro au fost investiți în modernizarea zonei rurale, proiect demarat anul trecut.

În aprilie 2014 va fi eliberată frecvența de 2600 MHz de Ministerul Apărării Naționale, ceea ce ne poate indica momentul când vor fi lansate servicii 4G în România. Însă, conform specialiștilor din piață, dezvoltarea LTE pare mai atractivă în benzile de 1800 decât în 2600, iar spectrul 1800 se folosește deja în piață. Întrebarea e cât de rapidă va fi adoptarea LTE, ce frecvențe vor fi posibile, la ce prețuri și care va fi apetența clienților pentru vitezele de 100 Mbps.

Valori rezultate din licitații recente în Uniunea Europeană (eurocenți/MHz/locuitor)



Companiile în social

Prezența companiilor locale în rețelele sociale devine din ce în ce mai numeroasă, iar un volum tot mai mare din bugetele de promovare și comunicare se îndreaptă către acest nou canal. Un fenomen în concordanță cu evoluția la nivel mondial, însă, la momentul actual, nu se știe cu certitudine câte dintre brandurile românești își urmăresc și cuantifică în mod real rezultatele înregistrate în social media.

■ Radu Ghițulescu

Social media a schimbat în mod fundamental modul în care companiile interacționează cu clienții lor sau cu potențialii clienți. Un fapt incontestabil, care, în ultimii doi-trei ani, a început să devină din ce în ce mai vizibil și în România.

Abundența de evenimente dedicate optimizării comunicării companie-client în mediul online, cu focus pe rețelele sociale, este o dovadă clară a unui interes real în această direcție.

Nu lipsesc nici studiile de piață despre

importanța social media în mediul enterprise. De exemplu, un studiu realizat de GfK la finele anului trecut arată că 69% din companiile din România apelează la promovarea prin intermediul Facebook, în special. Iar estimările pentru anul în curs prevedeau o creștere a nivelului de interacțiune pe canale precum Facebook, LinkedIn și Youtube și un interes în creștere pentru Twitter. Potrivit studiului, la nivelul anului 2011, doar 19% din companiile din România utilizau Twitter pentru promovare și comunicare, în timp ce blogurile independente erau utilizate de circa 27%, procent în creștere în 2012, conform estimării GfK.

Evoluția cheltuielilor de publicitate

Creșterea importanței mediului online, cu precădere a zonei social media, survine pe o scădere a cheltuielilor de publicitate pe piața locală în 2011. Potrivit studiului anual „Media Fact Book”, realizat de agenția Initiative anul trecut, valoarea totală a cheltuielilor de publicitate a fost de aproximativ 309 milioane de euro, cu 2% mai puțin decât în 2010. Un trend descrescător care se menține, cu începere din 2009, când s-a înregistrat cea mai drastică scădere: 2008 – 540 de milioane de euro, 2009 – 345 de milioane de euro, 2010 – 316 milioane de euro. Iar estimările Initiative pentru 2012 sunt tot pe minus: 303 milioane de euro.

Scăderea constantă a valorii cheltuielilor totale se datorează, potrivit „Media Fact Book”, cumulării minusurilor înregistrate de publicitatea TV, radio și în

presa scrisă. Este adevărat, diminuarea valorilor a devenit mult mai lentă, dar continuă. Aceasta în timp ce evoluția cheltuielilor de publicitate în mediul online, inclusiv motoare de căutare și rețele sociale, crește cu salturi consistente. Astfel, dacă în 2008, valoarea cheltuielilor de publicitate era de 16 milioane de euro, în 2009 a crescut la 19 milioane, în 2010 la 26 de milioane și în 2011 la 34 de milioane. Iar pentru 2012 se estimează atingerea unei valori de 41 de milioane de euro.

69% din companiile din România apelează la promovarea prin intermediul Facebook.

Aproape cât se preconizează că vor aduna radioul (19 milioane de euro) și presa scrisă (23 de milioane de euro) la un loc, anul acesta. (Chiar dacă înregistrează cel mai puternic declin, TV-ul își menține poziția de lider suprem, cu o valoare estimată a cheltuielilor de publicitate pentru 2012 de 190 de milioane de euro.)

După cum se poate observa, pe un fundal de scădere generală, mediul online a înregistrat un plus de aproximativ 30%. Analistii Initiative subliniază că, pe această zonă, cea mai mare rată de creștere (60%) a avut-o Performance media (Google, Facebook, Yahoo!), care se va menține și anul acesta pe plus, cu 45-50%. Aceasta în detrimentul zonei de Display advertising, pentru care se estimează o scădere de la 62% (în 2011) la 52% (în 2012).

românești media



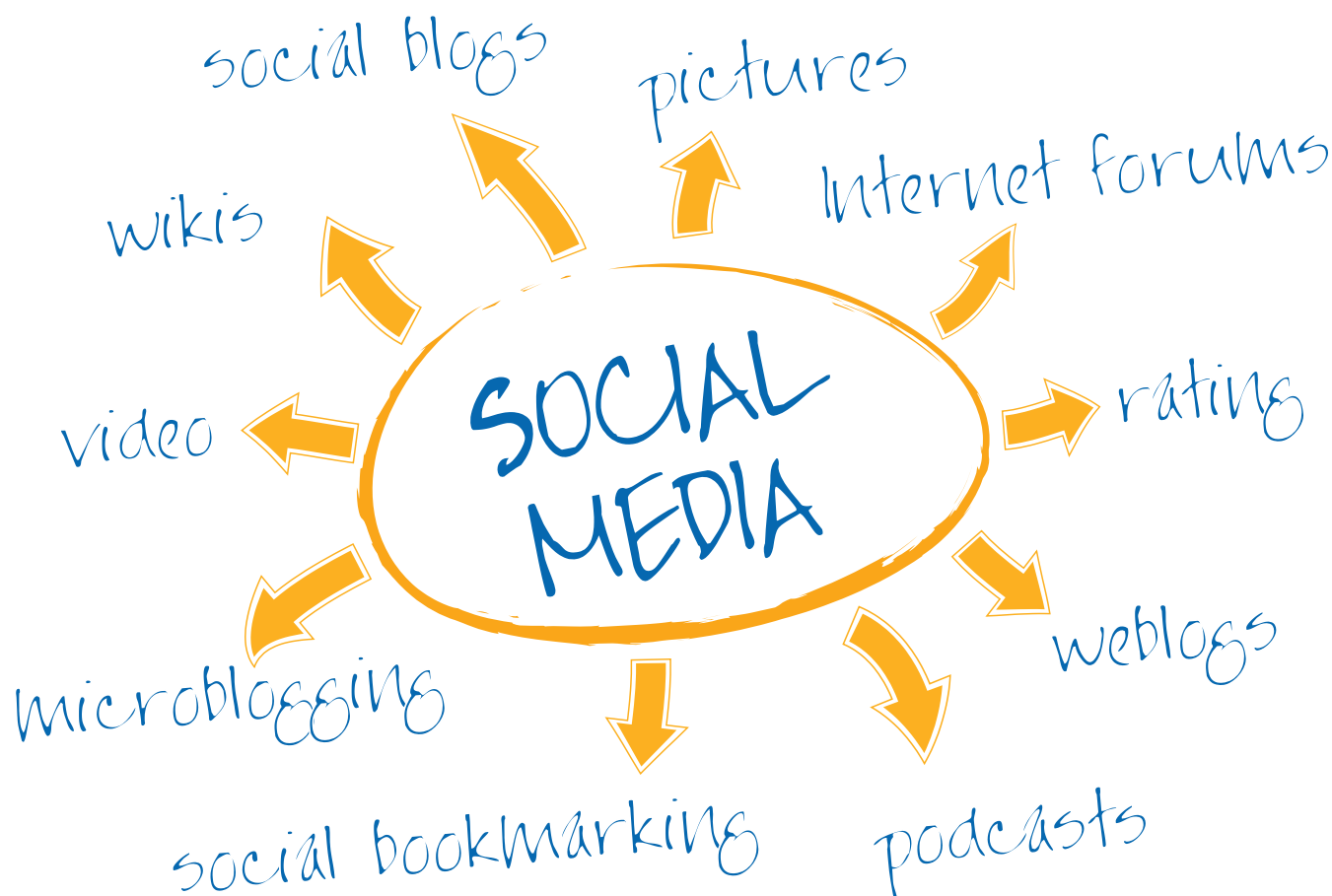
Estimări confirmate

Valorile și estimările prezentate anterior sunt confirmate și de studiul „Digital FactBook“, realizat de agenția HyperActive. Potrivit acestei surse, piața locală de comunicare în mediul online va crește până la 65 de milioane de euro în 2012, cu 21%

mai mult față de 2011. Valoarea include atât investițiile media, cât și plățile încasate de agențiile digitale și cheltuielile de mobile marketing. Fără aceste plăți și cheltuieli, estimările HyperActive asupra cheltuielilor de publicitate în mediul online sunt apropiate de cele făcute de Initiative – 34 de milioane de euro în 2011 și peste 40 de milioane de

euro în 2012.

De precizat că valorile estimate pentru publicitatea online în cele două studii citate – „Digital FactBook“ și „Media Fact Book“ – sunt mai mari decât cele date de raportul IAB/PwC, care anunța o valoare în jurul a 21,7 milioane de euro pentru 2011. Diferența de aproximativ 12 milioane de



euro este explicată de către specialiștii locali tocmai prin faptul că IAB nu ia în calcul cheltuielile alocate pe zona Performance media (Google, Facebook, Yahoo!).

Ori, potrivit agenției HyperActive, tocmai zona de social media va înregistra anul acesta cea mai mare creștere a valorii bugetelor atrase, de peste 50%. Estimările HyperActive sunt că, până în 2014, peste 60% din cheltuielile de publicitate se vor îndrepta spre zona de social media și către motoare de căutare.

Similar, un reprezentant Google declara în cadrul evenimentului RoNewMedia de anul acesta că, până în 2015, 75% dintre reclame și 50% dintre reclamele de brand vor fi special concepute pentru utilizatorii rețelelor de socializare.

Unde apar diferențele?

Atât Initiative, cât și HyperActive sunt agenții puternic implicate în online, prin urmare este firesc să accentueze importanța în creștere a acestui mediu de promovare și comunicare. Însă, în mod incontestabil, companiile românești sunt din ce în ce mai interesate și mai active pe Internet, fie bloguri, motoare de căutare, microblogging sau rețele sociale.

Este și firesc, din moment ce 93% din toți utilizatorii de Internet din România au folosit cel puțin o dată o rețea de socializare personală sau profesională, conform studiului Mediascope România. Potrivit acestei surse, 7,2 milioane de români au acces la Internet și petrec, în medie, 18,6 ore pe săptămână online (cu aproape 4 ore mai mult decât media europeană).

Studiul Mediascope relevă un rezultat important, care justifică atenția din ce în ce mai mare acordată de companiile locale mediului digital: 95% din internauții români se documentează online înainte de a face o achiziție.

Este evident în aceste condiții de ce formularea „Ești pe Facebook sau nu ești!” tinde să capete valoare de axiomă pentru tot mai multe brand-uri locale. Care încep să-și măsoare nivelul de notorietate în volume de „friends” și „followers”.

Problema este, însă, cât de bine reușesc să-și valorifice aceste companii prezența, eforturile și investițiile în social media.

Un studiu dat publicității de cabinetul de consultanță Gartner în luna mai a.c. arată că, pentru a obține un randament pozitiv (Return on Investment – RoI) al investițiilor făcute în social media, este

nevoie de mai mult decât să-ți sporești cu orice preț numărul de fani pe Facebook sau Twitter. Și că este necesar să asociezi strategia „socială” la obiective de business cuantificabile direct. Lucru pe care multe companii nu îl fac, susțin specialiștii Gartner, care afirmă că, din acest motiv, aproape jumătate din companiile incluse în clasamentul „Fortune 1.000” nu vor putea obține niciun RoI pozitiv din cam-



paniile și acțiunile desfășurate anul acesta în social media.

Soluția oferită de Gartner este simplă: orice companie care se decide să obțină rezultate concrete din activitățile desfășurate în rețelele sociale trebuie să aibă un plan clar, cu indicatori măsurabili, și să fie gata să-și modifice rapid strategia dacă nu se obțin rezultatele scontate. Iar verdictul celor de la Gartner este clar: „Doing social media just because everyone else is doing it is not a strategy!”

Ignorarea necesității stabilirii unor metrici care să aibă un echivalent financiar este, din perspectiva citată, calea cea mai sigură spre eșec. Concretizat în mare majoritate a cazurilor în blocarea fondurilor dedicate zonei social media.

Motive justificate, monitorizare lipsă

Motivele pentru care companiile, în special departamentele de marketing, se îndreaptă spre social media sunt numeroase.

Analizii citați susțin că, dincolo de

creșterea notorietății brand-ului, din ce în ce mai multe companii din „Fortune 1.000” utilizează noul canal pentru vânzări (generarea de lead-uri și crearea de oportunități de cross sales și up sales), pentru a acoperi zonele de „Customer service” și „Customer support”.

Fapt care explică creșterea rapidă a pieței soluțiilor de tipul Social Customer Relationship Management (sCRM) de la 850 de milioane de dolari, anul trecut, la 2,1 de miliarde de dolari anul acesta, potrivit Gartner.

Este vorba de o creștere considerabilă, de peste 150%. Care însă nu este vizibilă și pe plan local, unde soluțiile de tipul sCRM sunt o raritate, iar piața aplicațiilor CRM este într-un prelungit con de umbră.

Revenind însă la motivele pentru care o companie optează pentru implicarea activă în social media, Gartner nominalizează patru cauze principale invocate de către companiile americane intervievate: creșterea veniturilor, scăderea costurilor, creșterea nivelului de satisfacție al clienților și sporirea gradului de notorietate a unui brand.

Conform studiului GfK realizat în România, companiile locale utilizează social media în special în scopul menținerii unei relații pozitive cu clienții, fidelizarea acestora, oferirea de servicii de relații cu clienții, creșterea vânzărilor și găsirea partenerilor de afaceri și creșterea interacțiunii cu brandul a clienților și potențialilor clienți.

După cum se poate observa, obiectivele sunt cvasi-identice. Însă rămâne întrebarea: câte dintre companiile locale au indicatori reali prin care pot măsura atingerea acestor obiective și chiar îi folosesc pentru a-și monitoriza eficiența?

Studiile de piață nu dau procente în acest sens, însă abordează cele mai frecvente erori pe care companiile le săvârșesc în social media. De exemplu, Mediawrite a realizat în perioada septembrie - decembrie 2011, o analiză a modului în care comunică pe Facebook 80 dintre cele mai populare companii locale, în funcție de numărul de fani pe rețeaua de socializare. În topul greșelilor se situează: comunicările comerciale cu caracter de stereotip, conținutul monoton și plictisitor și ignorarea utilizatorilor atunci când aceștia postează pe pagina companiei.

Sunt greșeli care se traduc, inevitabil, în costuri. Pe care, însă, nimeni nu le cuantifică. Încă...

Cisco anunță primul router **Linksys Smart Wi-Fi**

Cisco a anunțat primul router Linksys Smart Wi-Fi și conectorul media universal, ambele prevăzute cu tehnologia wireless de ultimă generație din industrie, 802.11ac. Noua tehnologie este concepută astfel încât să poată asigura viteze wireless de aproximativ trei ori mai mari decât standardul wireless actual 802.11n. Noul router Linksys Smart Wi-Fi EA6500 îmbină în mod excepțional tehnologia 802.11ac de cea mai înaltă performanță cu platforma software inteligentă Connect Cloud de la Cisco pentru o experiență puternică, dar și intuitivă, simplificând modul în care consumatorii conectează, controlează și interacționează cu dispozitivele și aparatura personală. Anunțul vine într-un moment în care producătorii de laptop-uri și smartphone-uri urmează să introducă standardul 802.11ac spre sfârșitul anului 2012. Și consumatorii pot beneficia de noua tehnologie prin conectarea

televizoarelor Smart, consolelor de jocuri și altor dispozitive la noul router Linksys Smart Wi-Fi cu ajutorul noului conector media universal Linksys. „Puterea tehnologiei 802.11ac completată de routerele Linksys Smart Wi-Fi, noua platformă software revoluționară și capacitățile mobile facilitează experiențe cu totul noi în interiorul, dar și în afara locuinței pe care nicio altă soluție nu le poate oferi consumatorilor. Pe măsură ce consumatorii încep tranziția la noua tehnologie Wi-Fi, Linksys introduce o soluție formată nu doar dintr-un produs puternic, ci și o nouă inovație care le permite să rămână conectați la dispozitivele proprii și rețeaua wireless personală de oriunde, în orice moment. Oferim cea mai completă soluție, de la performanță la utilizabilitate și satisfacția clienților”, a declarat Brett Wingo, vicepreședinte și director general Cisco Home Networking.

D-Link lansează noul router pentru cloud

D-Link a lansat noul router pentru Cloud D-Link Wireless N Gigabit, DIR-636L. Acest router de formă cilindrică transmite cu o viteză de 300 Mbps și garantează o conexiune la Internet puternică și stabilă pentru rețeaua de acasă. Routerul DIR-636L este ușor de configurat și poate fi administrat complet cu ajutorul platformei mydlink. Aceasta înseamnă că utilizatorii vor avea acces permanent, 24/7, la cloud-ul personal. Noul model este destinat locuinței digitale și pentru birouri mici. Noul router D-Link pentru cloud suportă toate serviciile mydlink pentru cloud prin intermediul aplicațiilor pentru Android, iPhone și iPad. Aceasta, la rândul său, face posibilă gestionarea dispozitivului prin intermediul portalului din orice locație. Utilizatorii de telefoane mobile pot să vizualizeze starea actuală a routerului, să blocheze accesul utilizatorilor neautorizați în rețea și să permită accesul la Internet al copiilor. Trimiterea de mesaje și emailuri de notificare pot fi, de asemenea, configurate prin intermediul portalului. De exemplu, cu aplicația pentru mobil QRS Mobile, utilizatorii își pot configura rețeaua de acasă în doar câteva minute, stând confortabil pe canapea: aplicația stabilește o conexiune între iPhone-ul sau iPad-ul utilizatorului și routerul D-Link cu capabilități QRS (Quick Router Setup). După instalare, aplicația pentru mobil SharePort Mobile (care este de asemenea suportată de routerul DIR-636L) recunoaște automat ce mediu de stocare de date a fost conectat (USB flash drive sau USB hard drive). Se definește atunci un cloud personal ce permite utilizatorilor să transmită întreaga bibliotecă media pe telefonul lor, prin intermediul rețelei locale sau 3G, oferindu-le acces nelimitat, 24/7, la fișiere de muzică, fotografii și chiar filme.



TRENDnet oferă cel mai mic adaptor de rețea power over Ethernet

TRENDnet, producător de echipamente de rețea cu și fără fir, anunță disponibilitatea pe piața din România a kit-ului Compact Powerline AV Adaptor 500Mbps, modelul TPL-406E2K. Noul echipament oferă utilizatorilor două adaptoare TPL 406E, ce permit realizarea transferului de date folosind infrastructura rețelei de curent. Prin simpla conectare a produselor în prizele electrice existente, utilizatorul va beneficia de acces imediat la conexiuni internet de mare viteză și streaming media HD. Față de alte adaptoare din clasa sa, TPL 406E este mult mai compact (cu aproape 50% mai mic), reușind să se integreze perfect în spațiile aglomerate. Odată cu apariția noilor dispozitive multimedia, precum televizoarele cu conexiune la internet, DVR-urile și consolele de jocuri, utilizarea unor echipamente de rețea capabile să ofere viteze de transfer suficient de mari pentru streaming HD direct de pe internet a devenit o necesitate. „Combinația dintre o viteză de transfer la 500 Mbps, dimensiuni reduse și un preț mic, redefineste categoria Powerline 500 Mbps. Consumatorii ce iau în calcul soluții Powerline, vor remarca avantajele oferite de noul model TPL-406E2K”, a declarat Zak Wood, Director Global Marketing, TRENDnet. Cu o viteză de transfer de până la 500 Mbps, noul adaptor TPL-406E2K conectează toate aceste dispozitive la Internet folosind liniile electrice existente, oferind conținut multimedia audio și video fără întreruperi. Modalitatea de configurare este foarte simplă, unul dintre adaptoare se conectează la un router sau direct la internet, iar al doilea la orice altă priză de curent din același sistem electric. Cele două adaptoare TRENDnet se sincronizează automat, fără a fi necesar un CD de instalare. Adaptoarele Powerline de la TRENDnet sunt echipate cu un sistem de criptare a datelor (128-Bit AES) și buton de sincronizare ce permite schimbarea imediată a cheii de criptare. Echipamentele TRENDnet sunt prietenoase cu mediul, iar noile adaptoare TPL 406E beneficiază de tehnologie de management al energiei, reducând consumul de curent electric cu până la 80% în modul standby.

Asus aduce în România noua serie **Zenbook Prime**

Asus a lansat în România noua serie Asus Zenbook Prime, disponibilă în versiunile UX21A (11.6" - 1.1 kg) și UX31A (13.3" - 1.3 kg), care aduce o continuitate la nivelul designului, dar exploatează evoluția tehnologiei în materie de procesoare, unități de stocare și comunicații. Construit pentru multimedia HD, Zenbook Prime utilizează cea de-a treia generație de procesoare Intel Core i7 bazate pe tehnologia Ivy Bridge. Cu o grafică HD 4000 integrată și capabilități multitasking îmbunătățite, acesta crește performanța și reduce consumul de energie. Oferind un transfer de date rapid, SSD-urile SATA 6Gb/s sunt de patru ori mai rapide decât hard disk-urile mecanice și de două ori mai rapide decât SATA 3Gb/s. Porturile USB 3.0 le înlocuiesc complet pe cele USB 2.0, operând de până la 10 ori mai rapid, menținând în același timp compatibilitatea totală.

Îndeplinind o promisiune de bază a conceptului ultrabook, Zenbook Prime oferă consumatorilor un răspuns spontan,

reactivându-se din standby în numai 2 secunde. Perioada de așteptare poate ajunge până la două săptămâni în modul S3, sau la 200 de zile în modul S4, cu funcții speciale pentru a preveni pierderea de date în tot acest timp, iar autonomia este de 7 ore.

Pentru a încuraja ușurința în utilizare și accesibilitatea, ASUS a adăugat modelului Zenbook Prime un touchpad optimizat pentru gestică, iar tastatura chiclet beneficiază de iluminare proprie. Utilizatorii beneficiază și de o cameră HD pentru apeluri video. Una dintre principalele îmbunătățiri vine sub forma unui ecran full HD 1080p ce utilizează un panou IPS. Alături de imaginile clare și bine definite, ecranul permite unghiuri largi de vizualizare de 178 de grade și implicit, un divertisment ce poate fi gustat de mai mulți oameni odată. Pentru un sunet fidel, Zenbook Prime apelează la tehnologia audio ASUS SonicMaster dezvoltată în cooperare cu Bang & Olufsen ICEpower. **(G.V.)**



Canon prezintă EOS M, prima cameră digitală Mirrorless

La doar o zi de la lansarea oficială, Canon a prezentat și în România prima cameră Mirrorless, EOS M, promotorul unei noi serii de aparate foto digitale. Compactă și robustă (corp din aliaj de magneziu), noua cameră a împrumutat de la nou-lansatul DSLR 650D, câteva inovații interesante, cum ar fi senzorul APS-C Hybrid de 18 MP (factor de multiplicare 1,6, ISO expandabil până la 25.600) și display-ul tactil, care a permis reducerea semnificativă a numărului de butoane/comenzi amplasate pe carcasa aparatului, crescând ergonomia acestuia. Dotat cu procesorul DIGIC 5, EOS M oferă filmare Full HD, focus continuu la filmare, rafale de 4,3 fps etc., practic majoritatea inovațiilor incluse în 650D, noul DSLR din gama entry level lansat cu doar câteva săptămâni în urmă. Însă într-un corp de mici dimensiuni, cu maniabilitate ridicată. Aparatul este „însoțit” deja de două obiective EF-M

(cu noua tehnologie Stepper Motor Technology, STM): clasicul 18-55mm (f/3.5-5.6 IS) și un „pancake” 22mm f2 (echivalent 35 mm). La acestea se adaugă un nou blitz Speedlite 90EX și, ceea ce este

foarte interesant, un adaptor de montură, care permite utilizarea obiectivelor EF și EF-S pe EOS M. **(R.G.)**



HP lansează multifuncționalele Deskjet Ink Advantage

HP Romania a lansat pe piață noile multifuncționale HP Deskjet Ink Advantage. Printre noile caracteristici se numără posibilitatea de a imprima direct wireless fără a te conecta într-o rețea.

„De două ori mai multe pagini la același preț, aceasta este oferta noastră. Aceste produse au fost testate pe piețele din Polonia și Turcia și au devenit în cel mai scurt timp cel mai bine vândute. Aceste produse au fost lansate în special în Europa de Est, piețele din Orientul Mijlociu și Africa. În toamna acestui an portofoliul HP România va fi completat cu încă trei produse”, a declarat Tatiana Diamandopol, IWS Lead Category Manager HP Romania.

Multifuncționalul HP Deskjet Ink Advantage 2515 All-in-One este cel mai ieftin din gamă (foto) și este potrivit pentru utilizare acasă, de către elevi și studenți. Noile multifuncționale HP Deskjet Ink Advantage 3525 și 5525 e-All-in-One includ opțiunea de conectare HP wireless direct, care le permite utilizatorilor să imprime direct de pe orice dispozitive mobile care beneficiază de conexiune wireless, fără a necesita conectarea la rețeaua wireless sau utilizarea unui router datorită opțiunii HP wireless direct printing. Dispozitivul mobil trebuie să includă opțiunea de a se conecta wireless. Imprimanta trebuie să includă ePrint. Această caracteristică poate avea nevoie de drivere sau aplicații suplimentare ce pot fi descărcate de la: www.hp.com/go/eprintcenter.

Multifuncționalele HP Deskjet Ink Advantage 4615 și 4625 e-All-in-One le dau utilizatorilor posibilitatea să imprime, să scaneze, să copieze, să trimită sau să primească prin fax orice documente, în timp ce își reduc consumul de energie electrică cu până la 40% datorită opțiunii de programare a perioadelor de timp de funcționare. Aceste produse sunt potrivite pentru birourile mici. **(L.S.)**



THE FUTURE BELONGS TO THOSE WHO KNOW WHAT'S OUT THERE



**INTERNET &
MOBILE
WORLD 2012**
Business Solutions for the Digital Age

3 days
3 stages
30+ international speakers
10 industry focus seminars
70+ sessions with top industry experts
75 exhibitors

Keep yourself updated at the largest expo-conference for digital and mobile solutions
Bucharest - Romexpo - September 19-21

www.imworld.ro

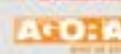
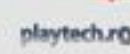
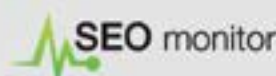
GOLD PARTNER



SPONSORS



ONLINE PARTNER





20 de ani de experiență în echipamente de birotică

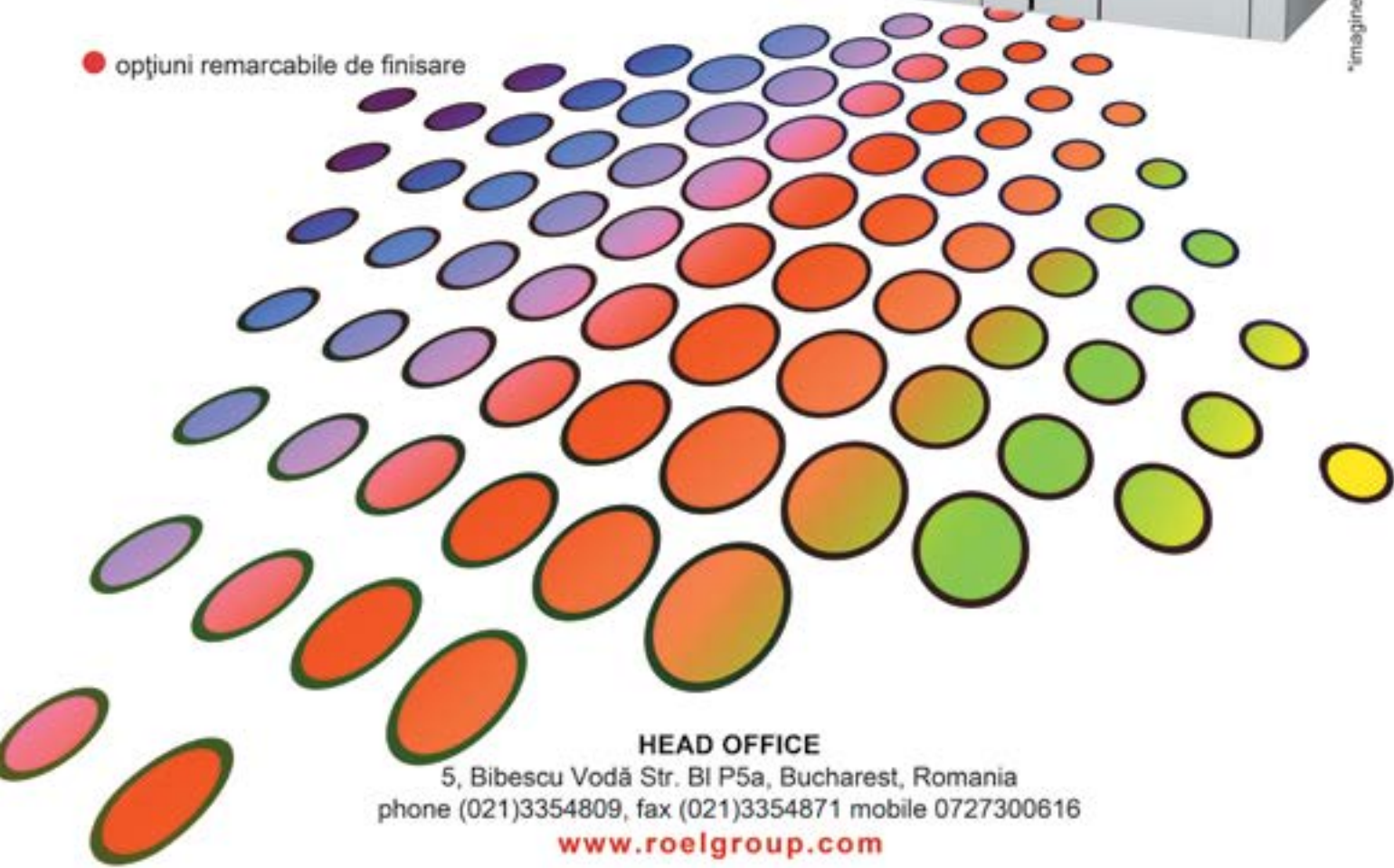
RICOH Production Printer PROC900

Cu 90 de pagini pe minut, noul PROC900 color este cel mai rapid și robust echipament din clasa sa, un adevărat campion al imprimării digitale destinat să satisfacă cele mai complexe solicitări de viteză și calitate.

- productivitate excepțională
- operare ușoară
- alimentare flexibilă cu hârtie
- rezolvă sarcini complexe "start-to-finish"
- high-end EFI controller (încorporat/extern)
- opțiuni remarcabile de finisare



*imaginea reprezintă varianta cu opțiuni



HEAD OFFICE

5, Bibescu Vodă Str. Bl P5a, Bucharest, Romania
phone (021)3354809, fax (021)3354871 mobile 0727300616

www.roelgroup.com