



Contatto stampa:

Cecilia Biondi

cecilia.biondi@editricetemi.com

Contatto marketing:

Anna Dall'Osso

anna.dalosso@editricetemi.com

”Lending credibility”: un’esigenza delle filiere produttive. Dalla Blockchain una possibile risposta

In tempi di ancora difficoltà o di asimmetria informativa nell’accesso al credito, cresce l’interesse per la Blockchain come possibilità di assistere gli “anelli deboli” delle Filiere. Se ne discute a Milano, al workshop del 4 aprile

Monza, 17 marzo 2017. «Come garantire ad una Filiera produttiva un equo ma soprattutto innovativo accesso al credito? Come far sì che tutti gli anelli di una filiera produttiva, da quelli più piccoli e meno strutturati, al Capo-Filiera nel suo ruolo di leadership, possano ottimizzare la propria posizione finanziaria? È questa la principale esigenza a cui si vuole dare risposta con le soluzioni di Supply Chain Finance, il settore nel quale abbiamo da tempo focalizzato la nostra attività» afferma **Alessandro Zamboni, Chairman & Managing Partner, The AvantGarde Group**. «In questa prospettiva, vi è un’esigenza fondamentale: quella di aumentare la fiducia reciproca fra questi due mondi». E prosegue: «Ecco dunque la novità e l’interesse che vediamo nelle soluzioni di Blockchain: qualunque tecnologia o soluzione che possa aumentare il trust fra la Filiera produttiva e il soggetto finanziario (Banche, Assicurazioni, Fondi...) per noi è da esplorare e approfondire».

Questa la ragione alla base della partecipazione di AvantGarde al workshop dal titolo “**Tracciabilità, Autenticità, Reputazione ai tempi di Blockchain**”, organizzato dalla Italy Roundtable del Council of Supply Chain Management Professionals (CSCMP), in collaborazione con Logistica Management e Impresa Sanità. L’incontro si terrà il prossimo 4 aprile a Milano, dalle 9.30 alle 14.30, presso la sede di Gi.Group in piazza IV Novembre 5.

La Blockchain: che cosa è, che cosa non è

AvantGarde illustrerà al pubblico un punto di vista molto concreto, che prenderà il via anche da una serie di limitazioni di campo: è infatti importante sapere quando la Blockchain è una possibile risposta, e quando invece rischia di generare aspettative errate. «Ad esempio, la Blockchain non è un datawarehouse» prosegue Zamboni. «Non deve essere visto come un duplicato di un sistema gestionale e di tutti i dati che contiene. Inoltre, può essere una soluzione efficace ma solo quando il resto del contesto è adeguatamente maturo dal punto di vista tecnologico e dell’interoperabilità. Bisogna insomma evitare scelte non ponderate, e seguire attentamente il processo di maturazione del mercato. Ecco perché è importante trovare occasioni nelle quali confrontarsi sulle reali opportunità di queste soluzioni».

I vantaggi per le aziende

La Blockchain non intende sostituire i normali processi di scambio dati e di tracciabilità dei passaggi lungo la filiera produttiva, ma dovrebbe porsi, in prima battuta, come “notaio digitale” di determinati eventi, di renderli non manipolabili e dunque aumentare il *trust* su questi eventi. Una serie di “attributi informativi” relativi ai rapporti di filiera – esempio: esistenza di pegni e privilegi sulle giacenze di magazzino, validazione del “buyer” di fatture... - vengono sostanzialmente “esposte”, mediante la Blockchain, al soggetto bancario o assicurativo, in modo strutturato e presidiato. La Blockchain dà la possibilità di accedere in modo trasparente ad una serie di informazioni appartenenti alla Filiera, che restano tuttavia sempre non modificabili. In questo modo – e vi sono già diversi casi concreti nel mondo – l'affidamento da parte di un Intermediario Finanziario può aumentare anche di versi punti percentuale. *«Per fare un esempio»* prosegue ancora Alessandro Zamboni *«è come avere un sistema che garantisce il numero di km percorsi sulle automobili usate: se chi vende l'auto potesse diventare più “credibile” dimostrando che il dato del contachilometri è assolutamente veritiero, il compratore potrebbe riconoscere un prezzo di acquisto più alto. Lo stesso vale per la Banca: se deve supportare un'azienda o una filiera i cui dati risultano assolutamente certi e attendibili in quanto notarizzati sulla Blockchain, la sua capacità di fare finanza può aumentare anche in modo consistente, ovvero potrebbe “scatenare” lo sviluppo di nuovi prodotti/ servizi personalizzati».*

L'impatto sulla supply chain

Da sottolineare infine che i vantaggi possibili derivanti da un sistema Blockchain non hanno solo ricadute finanziarie. *«Dal nostro punto di vista, tutto quello che permette di rafforzare la reputazione e l'affidabilità di un'azienda o di una filiera, non fa che aggiungere valore all'asset»* conclude Zamboni. *«Più in generale la Blockchain è un sistema che permette di governare, monitorare, aggiungere fiducia al trasferimento di asset digitali. Tutto quello che può servire ad evitare rischi di impoverimento, devalorizzazione o frode sull'asset, per noi è una base sulla quale fare ragionamenti di finanza, innanzitutto, ma anche di miglioramento di processi in generale. Conosciamo bene questa tecnologia e sappiamo che i suoi possibili benefici sono diversi, al pari delle finalità d'uso. È una nuova frontiera, che può risultare utile alla filiera da più punti di vista».*

Appuntamento quindi all'incontro del 4 aprile con un quadro dettagliato di questo mercato, con casi d'uso, evidenze da gruppi di lavoro internazionali e naturalmente il coinvolgimento attivo del pubblico presente e degli esperti convocati alla Tavola Rotonda di commento a fine mattinata.

Per diventare un partner dell'evento e avere maggiori informazioni potete scrivere a: marketing@editricetemi.com o telefonare allo 039 2302398.

In breve:

Convegno “Tracciabilità, Autenticità, Reputazione ai tempi di blockchain”

Organizzatore: CSCMP

In collaborazione con : Logistica Management / Impresa Sanità

Milano, 4 aprile 2017 – Sede Gi.Group – Piazza IV Novembre , 5 Milano

Per partecipare, basta registrarsi sul sito dell'evento: [- clicca qui -](#)

CSCMP

Il Council of Supply Chain Management Professionals (CSCMP) Italy and Italian Switzerland Round Table mira a raccogliere i professionisti residenti in Italia e nella Svizzera Italiana, già membri del Council of Supply Chain Management Professionals o semplicemente interessati allo

sviluppo della professione. Il CSCMP è stato costituito nel 1963 negli Stati Uniti con lo scopo di promuovere lo sviluppo della professione e lo scambio di esperienze, conoscenze e opportunità tra i membri. Oggi conta quasi 10.000 membri nel mondo ed organizza numerose iniziative sia locali sia un congresso annuale. Connettere, sviluppare, formare sono le linee guida.
Per diventare socio del Council, [clicca qui >>](#)

Editrice TeMi

Editrice TeMi, casa editrice con sede a Monza, pubblica:

Logistica Management (logisticamanagement.it), la rivista di riferimento nel panorama logistico italiano e nel supply chain management. Presente sul mercato da più di 20 anni, si rivolge ad un ampio target di manager della logistica, della produzione, della distribuzione e della supply chain.

Impresa Sanità (impresasanita.it) la rivista, pensata per il manager della Sanità, è un nuovo modo di fare informazione nell'ambito sanitario con l'obiettivo di diffondere notizie, tendenze, studi e novità inerenti soluzioni organizzative, logistiche, sistemi e nuove tecnologie per migliorare i processi lungo la filiera del farmaco e della sanità.

Datavalue (datavaluemagazine.com) la nuova rivista presente sul mercato da gennaio 2015, naturale evoluzione della ben nota DATACollection. I temi trattati nascono dalle esigenze della nuova era digitale e si concentrano sul concetto del “valore del dato” partendo da come e dove lo si raccoglie, dove lo si conserva, come si gestisce ed elabora sino a come lo si utilizza, interpreta e visualizza. Presente anche in Spagna e in Francia con il sito web e l'Annuario Scanpages.

Editrice TeMi organizza **eventi specializzati** per settore merceologico e incontri di business "One2Ten" strutturati secondo esigenze specifiche e focalizzati su un tema o una soluzione tecnologica particolare.

Inoltre, mette a disposizione delle aziende servizi di **web marketing** per garantire al mercato una comunicazione completa e in tempo reale.

Gestisce su YouTube lo **spazio “temichannel”** (youtube.com/temichannel) per la pubblicazione di video di casi di successo, demo di prodotti e servizi: strumento di grande efficacia a completamento della parola stampata o su web.

Editrice TeMi, Via Italia 39, 20900 Monza (MI), tel. 039-2302398, fax 039-2302383,

press@editricetemi.com

www.editricetemi.com