Caro carburanti, per i clienti Enel buoni benzina e sconti sulle ricariche elettriche

Le tensioni geopolitiche internazionali mettono sotto pressione i prezzi dei carburanti, mentre il settore elettrico si dimostra molto più stabile. **Enel**, in questo contesto, arriva in soccorso dei consumatori: per i clienti partono nuovi sconti sulle ricariche elettriche pubbliche e sull'acquisto delle *Waybox* (colonnine domestiche per la ricarica da casa), ma anche un aiuto concreto sul fronte delle spese per gasolio e benzina: per chi ancora non è passato all'elettrico c'è un buono carburante da 40 euro. La nuova offerta abbraccia la mobilità privata nel suo insieme, guardando sia ai possessori di auto elettriche, sia a chi ancora si muove con un veicolo endotermico.

Nel settore della mobilità, l'auto elettrica permette di dimezzare le spese di rifornimento: si può calcolare che per percorrere 100 km si spendono circa 7,8 € in elettrico (che scendono a 6,3 € ricaricando a casa), contro i 15,5 € della benzina e i 12,9 € del diesel. Considerato un tragitto di 500 km, il risparmio può arrivare a 38 euro a viaggio. Su una percorrenza annua di 10.000 km, una famiglia può così risparmiare tra i 750 e gli 800 euro all'anno, quota che sale a ben 920 euro se si ricarica esclusivamente tra le mura domestiche. La convenienza, inoltre, non riguarda solo il carburante. I prezzi d'acquisto dei modelli elettrici sono ormai vicini a quelli tradizionali (-4% per le auto grandi) e i costi di manutenzione risultano inferiori di circa il 10% nell'arco di 8 anni. In questo contesto si inserisce l'offerta di Enel. Dal 16 ottobre all'11 novembre il Gruppo ridurrà fino al 20% il costo della ricarica pubblica elettrica e offrirà la

Waybox (colonnina domestica per la ricarica da casa) al prezzo promozionale di 199 € con una riduzione dal valore iniziale del 50%*.

Alle iniziative dedicate alla e-mobility si aggiunge un'offerta che coinvolge anche chi ha una macchina a motore termico e sceglie Enel per la propria fornitura energetica a casa. Dal 16 ottobre al 4 novembre (per due settimane, quindi), tutti i nuovi clienti luce e gas che aderiranno alle offerte dedicate potranno ricevere un buono da 40 euro (corrisponde a 57 KWh calcolato sul costo medio della ricarica pubblica) da utilizzare per ricarica pubblica dei veicoli elettrici tramite l'App Enel On Your Way oppure, in alternativa, per il rifornimento di benzina o diesel presso le stazioni Q8. La transizione energetica, in questo momento, non è solo una scelta legata alla sostenibilità ambientale ma anche di risparmio per le famiglie. In definitiva, valutando l'intero ciclo di vita del veicolo – dall'acquisto al carburante fino alla manutenzione – l'auto elettrica batte già oggi quella a benzina.

Attraverso queste iniziative, inclusa la scelta di rinnovare l'offerta "Enel Digital Luce" che oggi presenta il prezzo più basso per la componente energia sul mercato nazionale tra gli operatori primari, Enel conferma il proprio impegno nel rendere l'elettrificazione dei consumi una scelta sempre più semplice, accessibile e conveniente. Un percorso che consente alle famiglie di ridurre i costi energetici, contribuendo al tempo stesso a una mobilità più sostenibile e al raggiungimento degli obiettivi di transizione energetica del Paese.

The post Caro carburanti, per i clienti Enel buoni benzina e sconti sulle ricariche elettriche appeared first on Key4biz.

https://www.key4biz.it/591281-2/591281/

In Other News: ICS-Sniper Attack, Hacking XWorm Malware Operators, $250k Chrome Exploit

Noteworthy stories that might have slipped under the radar: BofA adds 1,000 patching contractors, KGB RAT pairs data theft with jump scares, and Langflow flaw under attack.

The post In Other News: ICS-Sniper Attack, Hacking XWorm Malware Operators, $250k Chrome Exploit appeared first on SecurityWeek.

https://www.securityweek.com/in-other-news-ics-sniper-attack-hacking-xworm-malware-operators-250k-chrome-exploit/

The marketing automation model that drove 9x qualified lead growth in a secondary market

When we reviewed our Japan marketing automation programs last year, the picture wasn’t pretty. Our automated emails were generating about 12 qualified leads per month against a goal of 160.

That’s a huge gap.

We could have done the obvious and by hiring a local marketing automation specialist in Japan. Instead, we rebuilt Japan’s entire email automation program in two months, with zero additional headcount, using a model any marketing team can replicate. Here’s what we learned.

Get Started with HubSpot's Marketing Software for Free

Table of Contents

- The Problem Most Teams Don’t Name
- The Insight Behind the New Model
- What We Actually Built
- The Benefit of Targeting High-Intent Prospects
- The Two-Person Operating Model in Practice
- How to Know If This Model Will Work For You
- The Playbook, Briefly
- What This Means For Your Team

The Problem Most Teams Don’t Name

HubSpot is a US-headquartered company. And like most US-headquartered companies, our marketing automation investment has historically been concentrated in a handful of core markets: English, French, Spanish, German, Portuguese. Those programs get built, refined, optimized, and rebuilt again. Markets outside that core group tend to get less dedicated attention, not because anyone decided to deprioritize them, but because the automation resources weren’t scoped to cover them.

For Japan, that meant automation programs that were years old, partially built, or never meaningfully localized. The content

existed, and the infrastructure was there. But it wasn't performing because it wasn't designed for the Japanese market.

This is a pattern that shows up across companies operating in multiple regions. Wherever there's a primary market and a secondary one, the secondary market tends to lag. That's because the people with automation expertise are almost always scoped to the markets that generate the most volume.

Marketing automation in markets outside the core group tends to fall into one of two failure modes: it was never built, or it was built years ago and never meaningfully updated.

Japan was the second case. And the typical response, "we need to hire a local automation expert," wasn't realistic. What we needed was a different model.

The Insight Behind the New Model

We were asking the wrong question. Instead of "Who can own this end to end?", we should have asked, "Should one person own this?"

Marketing automation has two fundamentally different jobs. One is **technical**: building journey logic, setting up workflows, defining enrollment criteria, creating segmentation, and configuring tracking. None of that requires speaking Japanese. The other job is **cultural**: making sure the message feels right, the tone lands, the pain points are real, the call-to-action makes sense. That absolutely requires someone who knows the market.

The mistake teams make is assuming both jobs need to live with one person. They don't. When you separate them cleanly, you don't need a local automation specialist. You need an automation marketer who understands the technical side, and a local marketing or sales partner who owns the cultural validation. Together, they cover everything.

What We Actually Built

With that model in place, here’s what two months of focused work produced for Japan:

What it took:

- ~12 days of automation marketer time total (~1.5 days/week over 2 months)
- 5 days of regional marketer time for QA
- 0 additional headcount

What it produced:

- 71 emails and 38 workflows built from scratch
- 2 core programs (one targeting prospects who hadn’t engaged with sales yet, one targeting leads already showing interest)

Within the first reporting period, automation-sourced qualified leads jumped roughly 9x (from 12 to over 115 per month), making a significant contribution to Japan’s monthly qualified lead goal. We estimate that translates to about 44 incremental deals per month.

We deliberately focused on high-intent automation programs rather than trying to rebuild everything at once. Here’s why that paid off.

The Benefit of Targeting High-Intent Prospects

Treating all email programs the same kills most rebuilds before they start.

There are two types of automation programs: high-intent and low-intent. High-intent programs go to people who are already showing early buying signals: they’ve visited pricing pages,

browsed product features, or taken actions that suggest they're actively evaluating. Low-intent programs reach colder audiences through broad nurture flows.

The difference shapes a rebuild.

High-intent programs have fewer emails, more focused messaging, and clear calls-to-action. They're easier to localize, faster to build, and they convert. Low-intent programs have large email volumes, varied content, and much longer paths to conversion. They require significantly more localization work for a smaller payoff.

In Japan, our decision to start with high-intent trigger-based emails is the reason we saw 9x growth in qualified leads in two months instead of incremental improvement over a year.

The Two-Person Operating Model in Practice

Once we had one person owning the technical side and one person owning the cultural side, here's how things played out day-to-day.

The automation marketer owned the following:

- Journey design
- Workflow setup
- Segmentation logic
- Enrollment criteria
- Email structure and timing
- Technical QA, and reporting

None of this required Japanese fluency.

The regional marketing partner owned the following:

- Validating that messaging felt right for Japanese

audiences
- Checking that pain points were relevant
- Confirming that the tone was appropriate (Japan has specific norms around formality in business communication)
- Signing off on the final customer experience

The regional partner didn’t write the emails from scratch. We used AI to produce first drafts, which they then refined and validated. Their job was cultural expertise rather than copywriting, which kept their time commitment to five days across the whole project.

We held firm on one principle: **the regional partner must understand the local customer journey, not just the language.** Translation alone isn’t enough. A native speaker who doesn’t know how Japanese SMBs evaluate software is not the right person for this role.

How to Know If This Model Will Work For You

Before applying this approach to any market, we ran a simple go/no-go check. The model works when all of the following are true:

- **Automation is non-existent, outdated, or underperforming.** If automation is already mature and driving results, this rebuild effort won’t move the needle as much as focusing on optimization.
- **A large enough high-intent audience exists.** You need enough people actively showing purchase signals to see real lift. For us, the threshold was roughly 2,000 contacts per month entering the programs.
- **A qualified local partner is available.** Not just a translator but someone who understands the audience,

their pain points, and the local buying journey.
- **The local partner can commit minimal time.** In our case, five days total. This isn't a full-time engagement.

If your automation is already strong, don't use this model. The incremental gain won't justify the effort to rebuild. If you don't have a local partner who genuinely understands the market, wait until you do. Language fluency alone will produce technically correct emails that don't convert.

The Playbook, Briefly

For teams that want to try this, here's the process we'd use again:

Step 1: Assess the gap.

Check how many active workflows exist for this region, whether email delivery volume has been declining year-over-year, and whether automation-sourced qualified leads are significantly below goal. Those signals tell you whether you're doing a full build, a rebuild, or an expansion.

Step 2: Size the opportunity.

Multiply your high-intent audience size by your email-to-lead conversion rate. If the estimate is fewer than 20 incremental qualified leads per month, the project probably doesn't justify the investment.

Step 3: Find the right local partner.

Ask two questions: Do they understand how customers in this market make buying decisions, beyond just the language? Can they commit roughly one day per program for QA and messaging review? A contractor counts. A translator alone does not.

Step 4: Build a shared messaging guide.

Answer six questions with your local partner before writing a single email: Who is the primary audience? What are their three most urgent pain points? Which global messages resonate here, and which don’t? What tone is right? What proof points are most credible? What should you avoid? Both parties sign off before anything gets built.

Step 5: Audit what to reuse vs. rebuild.

The automation marketer reviews everything language-independent: journey structure, workflow logic, segmentation, performance data. The local partner reviews everything copy-dependent: subject lines, body copy, tone. Assign a verdict for each element: reuse, adapt, or rebuild.

Step 6: Start with high-intent programs only.

Quick test: would this email make sense to send to someone who visited your pricing page today? If yes, build it first. Low-intent programs need more content and localization work for a smaller payoff. Layer them in once the foundation is live.

Step 7: Run two-track QA.

The automation marketer checks tokens, workflow logic, test send, suppression lists, and tracking. The local partner checks for natural language, appropriate tone, relevant pain points, and a clear CTA. Both sign off before launch.

Step 8: Measure at 30, 60, and 90 days.

Day 30: early signals only. Don’t optimize yet. Day 60: compare against baseline and adjust if needed. Day 90: full picture. Qualified lead volume, deals, contribution to goal, and a decision on whether to expand.

What This Means For Your Team

The Japan pilot proved something we now believe applies broadly: **you don’t need a local automation specialist in every market.** You need a clear split of responsibilities between someone who owns the technical infrastructure and someone who owns the cultural context.

That’s a much more achievable team structure than hiring specialized roles in every region. It’s also faster because both people can work simultaneously rather than sequentially.

The biggest risk is rushing past the cultural alignment step or treating QA as a translation proofread. Give your local partner real authority to validate the customer experience, and the results will follow.

We went from 12 qualified leads to 115 in two months, and we didn’t add headcount.

Source

BAE Systems Security Incident Stalls Notices From US Bankruptcy Courts

A cyber incident affecting contractor BAE Systems has knocked out the Bankruptcy Noticing Center, halting notices nationwide for a week.

The post BAE Systems Security Incident Stalls Notices From US Bankruptcy Courts appeared first on SecurityWeek.

https://www.securityweek.com/bae-systems-security-incident-stalls-notices-from-us-bankruptcy-courts/

Quantum, Butti: “Con Volta B1 governance italiana di tecnologia americana”. Crosetto: “Utile per il dual use”

Al termine dei lavori della 4^ edizione del Digital Innovation Forum – la Cernobbio del Digitale, è stato inaugurato ufficialmente oggi a Como, a Villa Saporiti, **Volta B1**, il sistema di quantum annealing più potente installato in Italia. Basato sulla tecnologia D-Wave Advantage2 e dotato di oltre 4.400 qubit, il sistema è progettato per affrontare problemi complessi di ottimizzazione, dalla logistica alla gestione delle reti energetiche, aprendo nuove opportunità per la ricerca scientifica e le applicazioni industriali.

L’inaugurazione dà seguito al percorso promosso dal Sottosegretario **Alessio Butti** e avviato nell’ottobre 2025, durante il Digital Innovation Forum, con la nascita di Q-Alliance, per rendere le tecnologie quantistiche accessibili a università, imprese e pubbliche amministrazioni.


um
talia
stituzioni:
lle applicazioni.
Il Presidente
del Consiglio dei Ministri
Carissimi,
mi spiace non aver potuto essere con voi oggi nella splendida Como, per la coincid
del Consiglio Europeo a Bruxelles, ma ci tenevo a farvi arrivare il mio saluto e a ringraziarvi
che avete assicurato al successo dell'iniziativa che celebriamo oggi.
Con l'inaugurazione di Volta B1, il sistema di quantum annealing più potente instal
secondo in Europa, la nostra Nazione compie un passo concreto nella nuova rivoluzione qua
di un risultato molto significativo, frutto di un lavoro di squadra coordinato dal Sottosegr
ringrazio, e che ha coinvolto comunità scientifica, Università e imprese.
Il quantum non è una tecnologia lontana e astratta, ma una capacità di calcolo
utilizzata per affrontare problemi estremamente complessi, analizzare un numero enor
soluzioni e individuare quelle più efficienti. È uno strum
dell'energia e delle reti, rendere più
sostenere lo sviluppo di nuovi
velocemente. È il percorso ch
Strategia Italiana per le Tec
trasformare una grande
formazione, industria e
privilegio per pochi. Vo
gratuitamente, secon
e delle strutture de

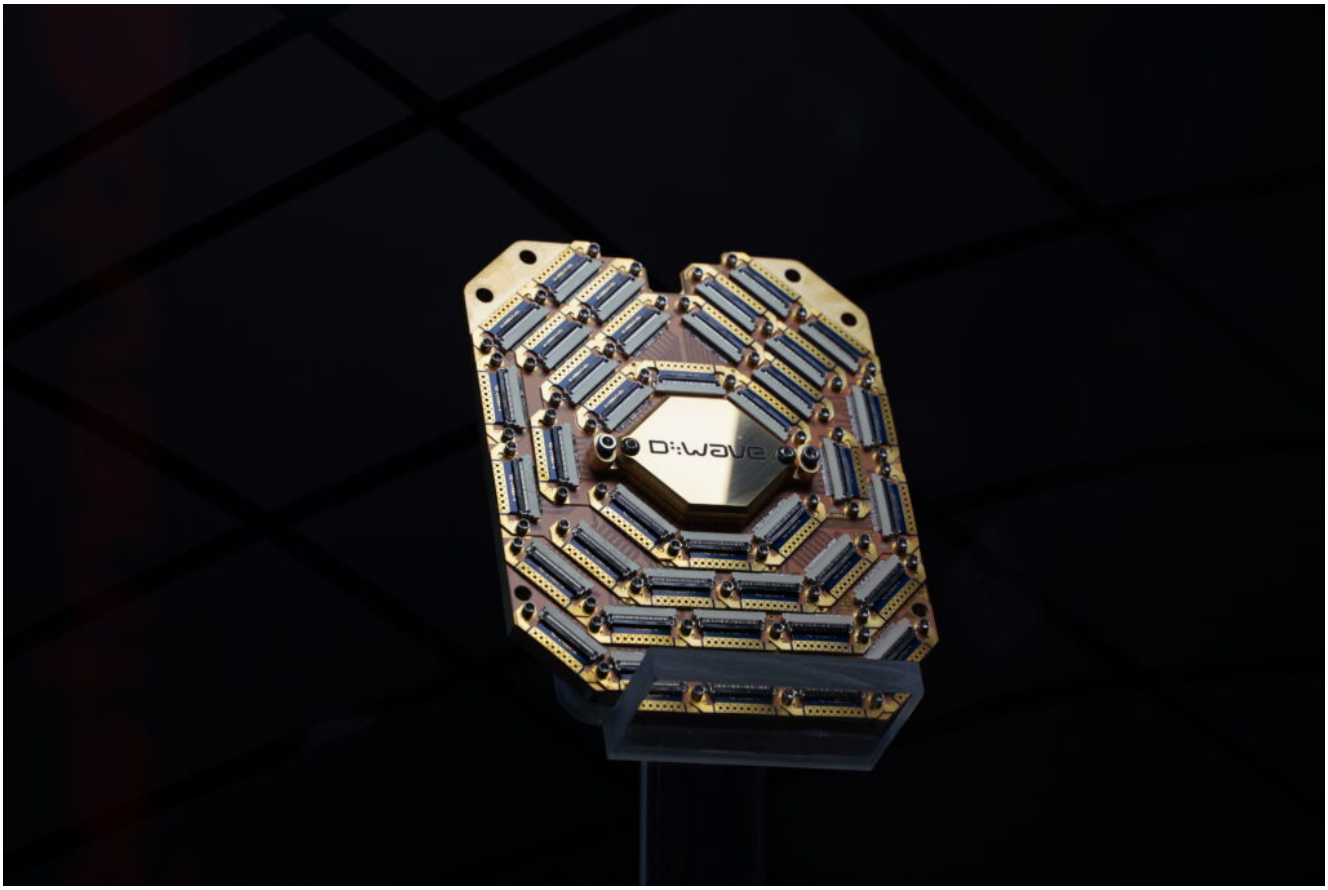
“Con l’inaugurazione di Volta B1, il sistema di quantum annealing più potente installato in Italia e il secondo in Europa, la nostra Nazione compie un passo concreto nella nuova rivoluzione quantistica”, ha scritto il Presidente del Consiglio **Giorgia Meloni** nel messaggio inviato alla cerimonia, definendo l’inaugurazione *“un risultato molto significativo, frutto di un lavoro di squadra coordinato dal Sottosegretario Butti, che ringrazio”. Il Presidente ha inoltre richiamato la possibilità di rendere gratuitamente disponibile una parte della capacità di calcolo per università, enti pubblici di ricerca, strutture dello Stato e progetti innovativi di particolare interesse nazionale.*

“Non dobbiamo temere il fatto che questa tecnologia sia statunitense: dobbiamo essere orgogliosi di aver attirato non solo l’attenzione di importanti investitori, studiosi e scienziati stranieri – in questo caso statunitensi – ma di esser stati capaci di attrarre i loro investimenti, la loro tecnologia. Non è un caso se, accanto a questa macchina, oggi inauguriamo anche virtualmente il Centro nazionale di ricerca scientifica Alessandro Volta, che sarà un po’ la governance di questa macchina, ossia il controllo italiano di una tecnologia che noi abbiamo voluto aperta, un concetto che abbiamo scritto e indicato molto chiaramente nel memorandum of understanding che esattamente un anno fa abbiamo presentato. Questa è la responsabilità della politica, che non deve scegliere gli algoritmi, non deve sostituirsi agli scienziati, ma creare delle condizioni“, ha commentato il Sottosegretario all’Innovazione tecnologica **Alessio Butti**.

Volta B1 rappresenta un nuovo tassello per lo sviluppo di un ecosistema italiano sul quantum e sarà un patrimonio di competenze e opportunità per il territorio.

Il Sottosegretario ha espresso gratitudine verso l’azienda **D-Wave** e gli altri partner internazionali dell’iniziativa ma anche “*ambizione*“. “*Ora il compito è costruire applicazioni e assicurare di produrre risultati misurabili”, ha concluso,*

“tra valore generato e competenze create “che facciano parte del futuro tecnologico italiano”.



Non è un punto di arrivo, ma di partenza

«Volta B1 non ha avuto un euro dal PNRR, il che dimostra che si possono ottenere grandissime cose quando le idee si trasformano in azioni», ha dichiarato il Ministro per gli Affari europei, il PNRR e le Politiche di coesione **Tommaso Foti**, richiamando l’importanza della cooperazione per rafforzare la posizione italiana ed europea nella competizione internazionale sulle tecnologie quantistiche.

«Nel nome di Alessandro Volta, trasformiamo la nostra eredità scientifica in una leva per il futuro, creando nuove opportunità per la ricerca, le imprese e i giovani. Como si candida a essere protagonista della nuova frontiera del calcolo quantistico. Perché l’innovazione genera valore quando

diventa crescita per il territorio e progresso per l'intero Paese», ha detto il Presidente della Provincia di Como **Fiorenzo Bongiasca.**

Le applicazioni potenziali del sistema riguardano la gestione delle reti energetiche, la logistica, i processi industriali e l'ottimizzazione delle risorse. Tre chiavi di accesso al sistema sono state consegnate alla Provincia di Como, all'Università degli Studi dell'Insubria e a Confindustria Como.

«L'impegno dell'Italia nel quantum riflette la consapevolezza che competitività e sovranità tecnologica vanno di pari passo. La leadership di lungo periodo dipenderà non soltanto da chi sviluppa la tecnologia, ma anche da chi la applica per risolvere problemi concreti, costruire competenze, portare nuove applicazioni su larga scala e creare valore economico», ha dichiarato **Alan Baratz, CEO di D-Wave Quantum.** «L'opportunità che si apre per Como è collegare un'infrastruttura quantistica di livello mondiale al talento e all'ambizione dell'Italia, trasformando l'accesso alla tecnologia in competenze, applicazioni e valore duraturo».

L'inaugurazione di Volta B1 è anche l'evento apripista del programma di iniziative che il Comitato nazionale ha messo a punto per il bicentenario della morte di Alessandro Volta, che ricorrerà nel 2027. Un calendario di celebrazioni che punta a valorizzare l'eredità scientifica dello scienziato comasco e il suo legame con la ricerca e l'innovazione contemporanee.

«L'inaugurazione di Volta B1 è un grande passo per Como, per l'Italia e per la competitività europea. È una scelta solida per il futuro, in una fase in cui l'Europa è chiamata a rafforzare la propria posizione rispetto a USA e Cina. Stiamo lavorando a un grande appuntamento per il 5 marzo 2027. Vorremmo ispirarci al grande convegno di meccanica quantistica organizzato da Guglielmo Marconi cento anni fa, attualizzandone lo spirito», ha dichiarato **Vincenzo Vespri**,

Presidente del Comitato nazionale per le celebrazioni del bicentenario della morte di Alessandro Volta.

Como entra nella geografia mondiale del quantum computing: inaugurato il sistema D-Wave da 4.400 qubit

Il sistema Advantage2 è la prima installazione italiana di questa classe di computer quantistici ad annealing. L’obiettivo è creare un polo di collaborazione tra ricerca, imprese e istituzioni per sviluppare applicazioni concrete.

Como è entrata nella geografia europea del calcolo quantistico con l’inaugurazione di D-Wave Advantage2, un sistema di ultima generazione dotato di oltre 4.400 qubit superconduttivi, progettato per affrontare problemi complessi di ottimizzazione in ambiti che vanno dall’industria alla sanità, dall’energia alla logistica.

Non un semplice prototipo sperimentale, ma un’infrastruttura progettata per lavorare su problemi reali. Secondo quanto comunicato dai promotori, si tratta del primo sistema quantistico ad annealing di questa classe installato in Italia e di uno dei pochi fisicamente accessibili in Europa.

Dalla ricerca alle applicazioni industriali

La tecnologia Advantage2 è specializzata nell’ottimizzazione: individuare le soluzioni più efficienti tra un numero elevatissimo di combinazioni possibili. Le applicazioni potenziali comprendono la pianificazione industriale, la gestione dei trasporti e delle flotte, le reti energetiche, la finanza, la ricerca di nuovi materiali, l’intelligenza artificiale e l’organizzazione dei servizi sanitari. Altri

ambiti d’interesse sono la sicurezza, la difesa e le infrastrutture strategiche.

Il sistema, appartenente alla sesta generazione della tecnologia quantistica di D-Wave, dispone di oltre 4.400 qubit e più di 40.000 connessioni. Tra le caratteristiche dichiarate figurano una coerenza raddoppiata e una riduzione del rumore del 75% rispetto alla generazione precedente.

Un ecosistema per il quantum a Como

L’installazione punta a fare del territorio comasco un centro di collaborazione tra università, centri di ricerca, imprese e pubbliche amministrazioni. La macchina sosterrà le attività della Q-Alliance, con l’obiettivo di favorire la formazione di nuove competenze, lo sviluppo di progetti industriali e il trasferimento della ricerca verso applicazioni concrete.

L’iniziativa si inserisce anche nel percorso di rafforzamento della sovranità tecnologica italiana ed europea, in un settore considerato strategico per la competitività futura.

Le istituzioni all’inaugurazione

La cerimonia si è svolta al termine dei lavori del Digital Innovation Forum, ospitato a Villa Erba, e nell’ambito delle celebrazioni per il bicentenario della morte di Alessandro Volta.

Tra i partecipanti il sottosegretario all’Innovazione Alessio Butti, il sottosegretario all’Informazione e all’Editoria Alberto Barachini, il presidente della Provincia Fiorenzo Bongiasca, la rettrice dell’Università dell’Insubria Maria Pierro, Vincenzo Vespri, presidente del Comitato nazionale per le celebrazioni voltiane, e Alan Baratz, CEO di D-Wave. Era inoltre prevista la partecipazione della presidente del Consiglio Giorgia Meloni e del ministro della Difesa Guido

Crosetto.

Con Advantage2, Como punta a superare il ruolo di sede di una nuova infrastruttura tecnologica per diventare un luogo in cui ricerca e industria possano sviluppare le applicazioni del calcolo quantistico. La sfida sarà trasformare la capacità di calcolo in progetti, competenze e opportunità per il territorio.

The post Quantum, Butti: “Con Volta B1 governance italiana di tecnologia americana”. Crosetto: “Utile per il dual use” appeared first on Key4biz.

https://www.key4biz.it/quantum-butti-con-volta-b1-governance-italiana-di-tecnologia-americana/591247/

L’Europa del fare innovazione, dal Digital Innovation Forum il Manifesto con le 10 azioni

A chiusura della terza e ultima giornata della 4^ edizione di Digital Innovation Forum – la Cernobbio del Digitale, in corso a Villa Erba, sul lago di Como, sono state raccolte le 10 azioni del fare proposte da rappresentanti del mondo delle Istituzioni, della politica, delle imprese, dell’industria, dell’Università e della ricerca, delle forze armate e delle forze dell’ordine.

Di particolare interesse i messaggi lasciati da Papa Leone XIV e dall’astronauta italiano Luca Parmitano.

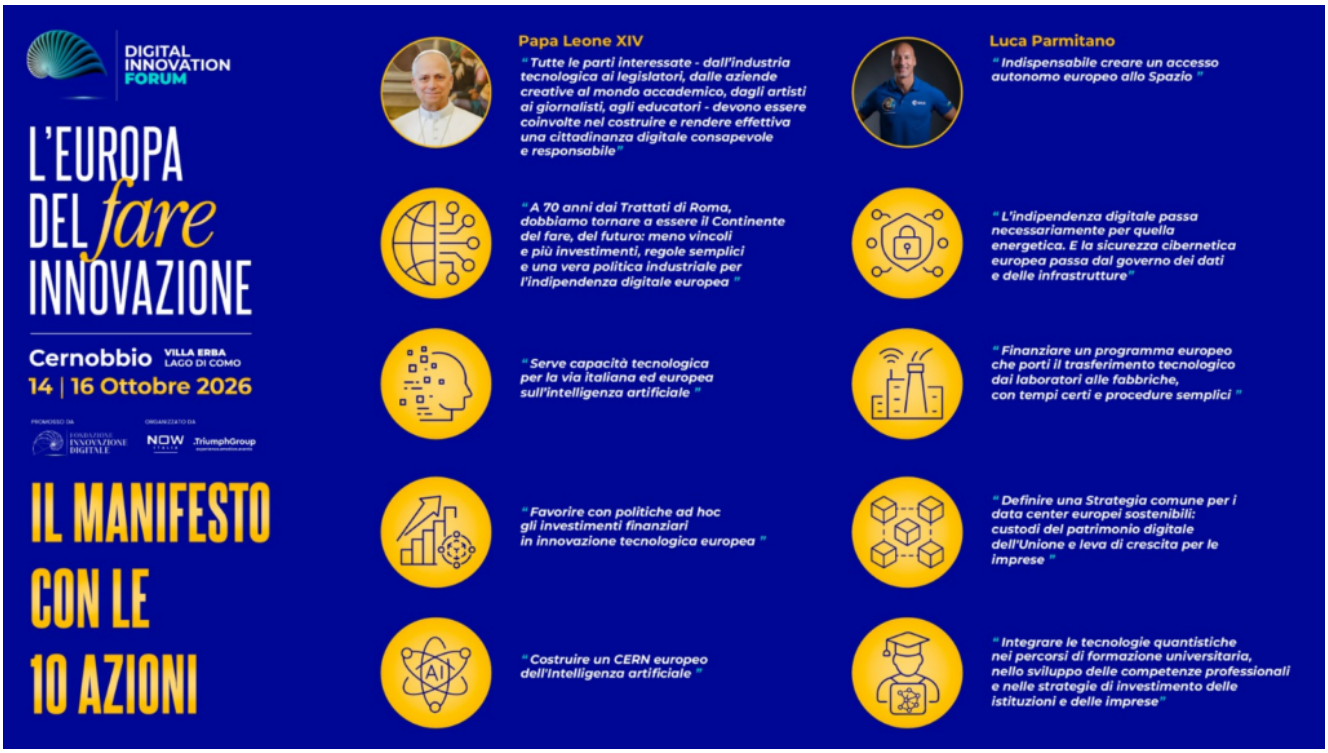
L’edizione 2026 della conferenza internazionale organizzata da NOW Italia e da Triumph Group, su iniziativa della Fondazione Innovazione Digitale ET, ha avuto come tema centrale “L’Europa del Fare Innovazione”, ponendo l’accento sulla necessità di favorire un contesto normativo e industriale capace di sostenere l’innovazione e accelerare la trasformazione di ricerca e investimenti in valore economico e sociale.

Di seguito il Manifesto con le 10 azioni del fare innovazione in Italia e in Europa:

1. **Papa Leone XIV:** «Tutte le parti interessate – dall’industria tecnologica ai legislatori, dalle aziende creative al mondo accademico, dagli artisti ai giornalisti, agli educatori – devono essere coinvolte nel costruire e rendere effettiva una cittadinanza digitale consapevole e responsabile».
2. **Luca Parmitano:** «Indispensabile creare un accesso autonomo europeo allo Spazio».
3. «A 70 anni dai Trattati di Roma, dobbiamo tornare a essere il Continente del fare, del futuro: meno vincoli e più investimenti, regole semplici e una vera politica industriale per l’indipendenza digitale europea».
4. «L’indipendenza digitale passa necessariamente per quella energetica. E la sicurezza cibernetica europea passa dal governo dei dati e delle infrastrutture».
5. «Serve capacità tecnologica per la via italiana ed europea sull’intelligenza artificiale».
6. «Finanziare un programma europeo che porti il trasferimento tecnologico dai laboratori alle fabbriche, con tempi certi e procedure semplici».
7. «Favorire con politiche ad hoc gli investimenti finanziari in innovazione tecnologica europea».
8. «Definire una Strategia comune per i data center europei sostenibili: custodi del patrimonio digitale dell’Unione e leva di crescita per le imprese».
9. «Costruire un CERN europeo dell’Intelligenza

artificiale».

10. «Integrare le tecnologie quantistiche nei percorsi di formazione universitaria, nello sviluppo delle competenze professionali e nelle strategie di investimento delle istituzioni e delle imprese».



The post L'Europa del fare innovazione, dal Digital Innovation Forum il Manifesto con le 10 azioni appeared first on Key4biz.

https://www.key4biz.it/leuropa-del-fare-innovazione-il-manifesto-con-le-10-azioni/591249/

Chinese APT Exploited BeyondTrust Vulnerability as Zero-Day

Armory Castle exploited CVE-2026-102764 for initial access, deployed custom tools, and deleted logs and artifacts.

The post Chinese APT Exploited BeyondTrust Vulnerability as Zero-Day appeared first on SecurityWeek.

https://www.securityweek.com/chinese-apt-exploited-beyondtrust-vulnerability-as-zero-day/

OpenAI Models Hacked Data Portals, Raided a Crypto Wallet to Finish Tasks

Left without funds for a coding task, an OpenAI model spent test crypto from a stranger’s wallet and left it out of its report.

The post OpenAI Models Hacked Data Portals, Raided a Crypto Wallet to Finish Tasks appeared first on SecurityWeek.

https://www.securityweek.com/openai-models-hacked-data-portals-raided-a-crypto-wallet-to-finish-tasks/

Minori e social, Gelmini: “Oratori, sport e terzo settore alternative al

digitale”

“Ho creduto negli ITS quando ancora non si parlava del fatto che le imprese dovessero entrare nelle scuole. Sui social network, questi hanno portato dei rischi. Li dobbiamo dosare, regolamentare e non certo vietare. Sotto i 13 anni i ragazzi non hanno ancora sviluppato autonomia per dosare la tecnologia e siamo restrittivi. Sopra i 13 anni, serve l’educazione per gestirli, affinché non ci siano dipendenze del virtuale. I patti digitali nelle scuole sono ormai un pilastro. Sulla comunità educante, questa la nostra proposta, in Senato abbiamo proposto di dare opportunità ai ragazzi in orario non scolastico mettendo in rete, su base comunale, le associazioni sportive e culturali, in particolare gli oratori, per dare ai ragazzi un nuovo modo di valorizzare il tempo extrascolastico, oltre i social. Siano gli oratori l’alternativa ai social”. La ha detto la senatrice di Noi Moderati **Mariastella Gelmini**, membro della prima Commissione – Affari Costituzionali, nel suo intervento in occasione della 4^ edizione di Digital Innovation Forum – la Cernobbio del Digitale – in corso a Villa Erba, sul lago di Como, dal 14 al 16 ottobre su iniziativa della Fondazione Innovazione Digitale ETS ed organizzata da NOW Italia e da Triumph Group.


2026

Non basta vietare, bisogna offrire alternative

Limitare i rischi legati ai social network è necessario, ma non sufficiente: per proteggere davvero i minori occorre offrire loro opportunità concrete per stare insieme, fare sport, coltivare interessi e costruire relazioni al di fuori dello schermo. È questo il punto centrale della proposta illustrata da Mariastella Gelmini, componente della Commissione Affari costituzionali del Senato, nell'intervista dedicata alla tutela dei più giovani nell'ambiente digitale.

"Dobbiamo dare opportunità diverse ai ragazzi, alternative ai social", ha sottolineato la senatrice, indicando nella ricchezza dell'offerta educativa e ricreativa una risposta alla dipendenza dal digitale e alla difficoltà, sempre più segnalata, di socializzare nella vita reale.

L'obiettivo è intervenire non soltanto sui rischi della rete, ma anche sulle condizioni che spingono i ragazzi a trascorrere sempre più tempo online. Per Gelmini, la sfida consiste nel costruire una rete di luoghi e attività accessibili, capaci di coinvolgere i giovani anche al di fuori dell'orario scolastico e di sostenere le famiglie che non possono permettersi di pagare sport e iniziative ricreative.

La proposta: rafforzare la comunità educante

È in questa direzione che si muove la proposta sulla comunità educante presentata in Senato. L'idea è mettere in rete Comuni, associazioni sportive e ricreative, biblioteche e realtà del territorio per ampliare le possibilità a disposizione dei ragazzi nel tempo extrascolastico.

Il punto di partenza è anche sociale: non tutte le famiglie

hanno le stesse risorse per garantire ai figli attività sportive, culturali o occasioni di aggregazione. Offrire alternative ai social significa quindi anche ridurre le disuguaglianze nell'accesso alle opportunità di crescita.

In questo modello, la comunità educante diventa uno strumento per restituire centralità alle relazioni e alla partecipazione. Non soltanto luoghi in cui trascorrere il tempo libero, ma spazi nei quali sperimentare attività condivise, sviluppare capacità e costruire legami con i coetanei e con gli adulti.

Oratori, una rete da 8mila realtà

Tra i protagonisti di questa strategia ci sono gli oratori, una presenza capillare sul territorio italiano che, secondo Gelmini, può svolgere una funzione importante anche nell'educazione e nell'aggregazione delle nuove generazioni.

"Abbiamo pensato di rafforzare gli oratori, dove non si deve andare soltanto a dottrina, ma anche per fare sport e fare comunità", ha spiegato la senatrice, ricordando la collaborazione con don **Stefano Guidi** della Conferenza episcopale italiana.

La rete, ha evidenziato, conta circa 8mila oratori in Italia. L'intenzione è valorizzarne le potenzialità, rendendoli luoghi vivi e aperti, in grado di proporre attività sportive, ricreative ed educative. Un'offerta che può rappresentare un'alternativa concreta al tempo trascorso sui social, soprattutto quando mancano altri spazi accessibili di incontro.

Gelmini ha inoltre richiamato lo stanziamento di 6 milioni di euro all'anno per sostenere gli oratori, sottolineando la disponibilità del ministro **Andrea Abodi**. Al bando, ha riferito, hanno risposto quasi 700 enti tra oratori, parrocchie e associazioni. Il programma, ha aggiunto,

proseguirà anche nei prossimi due anni.

Centri estivi e attività sportive: un sostegno anche alle famiglie

La necessità di ampliare l'offerta ricreativa emerge con particolare forza durante l'estate, quando la chiusura delle scuole pone molte famiglie davanti alla difficoltà di conciliare lavoro e cura dei figli.

I centri estivi possono offrire una risposta concreta, garantendo ai ragazzi occasioni di socialità e attività strutturate durante le settimane senza lezioni. Anche in questo caso, il tema dell'accessibilità è centrale: le opportunità non devono dipendere esclusivamente dalla capacità economica delle famiglie.

Sport, attività culturali, biblioteche, oratori e centri estivi compongono così un possibile sistema di alternative al tempo trascorso online. La sfida, nella prospettiva indicata da Gelmini, è rendere queste opportunità sufficientemente varie e attrattive da intercettare gli interessi dei giovani.

Social, una proposta restrittiva sotto i 13 anni

L'investimento nelle alternative educative si affianca alla proposta di regolamentare più severamente l'accesso ai social network. Gelmini ha ricordato che Noi Moderati ha presentato una proposta restrittiva per i minori di 13 anni, ritenendo che a quell'età non vi sia ancora un'autonomia sufficiente per gestire consapevolmente l'utilizzo delle piattaforme.

"*Sotto i tredici anni, per noi, i ragazzi non hanno una sufficiente autonomia per dosare la tecnologia*", ha detto. Per la fascia d'età successiva, ha aggiunto, diventano

fondamentali l’educazione digitale e il coinvolgimento delle scuole e delle famiglie.

La preoccupazione riguarda soprattutto la confusione tra vita reale e virtuale, il rischio di dipendenza e le conseguenze sull’attenzione e sulle relazioni. *“No alla dipendenza dal digitale, no che diventi il solo modo di passare il tempo oltre lo sport”*, è il messaggio della senatrice, che richiama anche le difficoltà di concentrazione e socializzazione segnalate dagli insegnanti.

Algoritmi e piattaforme: la responsabilità non può ricadere solo sulle famiglie

La tutela dei minori, secondo Gelmini, richiede anche un intervento sulle piattaforme digitali. Non basta chiedere ai genitori di controllare l’utilizzo dei dispositivi: occorre affrontare il funzionamento degli algoritmi e la diffusione di contenuti dannosi, compresi quelli che promuovono la violenza o espongono i più giovani a materiale pornografico.

In questo quadro si inserisce il confronto europeo sulle regole per la protezione dei minori online. Gelmini ha richiamato l’importanza di coinvolgere direttamente le piattaforme, anche attraverso strumenti come il parental control, senza limitarsi alle misure di controllo individuale.

La regolamentazione, tuttavia, è soltanto una parte della risposta. Perché i ragazzi possano costruire un rapporto più equilibrato con la tecnologia, servono anche educazione, accompagnamento e alternative reali.

La proposta della senatrice punta proprio a tenere insieme questi due livelli: da una parte regole più efficaci per ridurre i rischi dei social, dall’altra investimenti nei luoghi di incontro e nelle attività che permettono ai giovani

di coltivare relazioni e interessi fuori dalla rete.

Il messaggio è che la protezione dei minori non può tradursi soltanto in un divieto. Deve passare anche dalla capacità di offrire loro qualcosa di diverso: spazi accessibili, occasioni di partecipazione e una comunità adulta pronta ad accompagnarli nella crescita.

The post Minori e social, Gelmini: “Oratori, sport e terzo settore alternative al digitale” appeared first on Key4biz.

https://www.key4biz.it/minori-e-social-gelmini-oratori-sport-e-terzo-settore-alternative-al-digitale/591231/

F5, Juniper Networks Patch Critical Vulnerabilities

Successful exploitation of some of these issues could lead to remote code execution and full device takeover.

The post F5, Juniper Networks Patch Critical Vulnerabilities appeared first on SecurityWeek.

https://www.securityweek.com/f5-juniper-networks-patch-critical-vulnerabilities/