



# UE General Data Protection Regulation (GDPR)

Le aziende sono pronte?





## Sommario

---

<b>Prefazione e introduzione</b>	<b>3</b>
Ambito della ricerca	3
<b>Principali risultati</b>	<b>4</b>
<b>Consapevolezza sulla GDPR</b>	<b>5</b>
Impatto della GDPR sul business	5
Il cambiamento delle normative rappresenta un costo per molte aziende	5
<b>Preparazione per la GDPR</b>	<b>6</b>
Implementazione di piani di compliance per la GDPR	6
Sfide tecnologiche associate alla compliance GDPR	6
<b>Ostacoli attuali alla compliance GDPR</b>	<b>7</b>
Le attuali attività di testing non rispettano lo standard	7
Gap di compliance nei processi correnti	7
Cancellazione dei dati dei clienti "senza indugio"	8
Consentire ai clienti di accedere ai propri dati	8
<b>Tecnologie di supporto alla compliance GDPR</b>	<b>9</b>
La necessità di investire in tecnologie	9
Tecnologie di supporto alla compliance negli ambienti di test	9
Usare dati generati in modo sintetico	10
Pseudonimizzazione	10
<b>Conclusioni</b>	<b>11</b>

# Prefazione e introduzione

---

## Prefazione

Il General Data Protection Regulation (GDPR) è una normativa dell'Unione Europea (UE) approvata dopo anni di dibattiti. È ampiamente considerata come il più grande cambiamento nel panorama della protezione dei dati avvenuto in Europa da oltre 20 anni e oggi, con l'economia delle applicazioni in piena espansione, la presenza di leggi con norme chiare in questo campo è più importante che mai.

A giugno 2016 si è tenuto un referendum nel Regno Unito che ne ha decretato l'uscita dall'UE. Qual è l'impatto del referendum sulle aziende britanniche? Sono comunque tenute a rispettare la GDPR?

Come riconoscono i partecipanti allo studio, tutte le aziende al di fuori dell'UE che intendono vendere all'interno del Mercato unico europeo dovranno conformarsi alla GDPR entro il 25 maggio 2018, che il loro paese faccia parte dell'UE o meno.

Nonostante tale consapevolezza, questo documento dimostra che resta ancora molto da fare su entrambi i lati dell'Atlantico per garantire la compliance alla GDPR. La GDPR ha esteso la definizione di dati personali e questo imporrà ai reparti IT e di testing di prestare la massima attenzione alla tutela dei dati personali, tanto negli ambienti di testing quanto in quelli di sviluppo.

Le aziende avranno bisogno di aiuto e CA Technologies offre una gamma di soluzioni a supporto dei programmi di compliance alla GDPR, aiutando così le aziende a competere nel mondo globalizzato e digitale di oggi.

Christoph Luykx

Director, Government Relations EMEA

CA Technologies



## Introduzione

In questo documento sono riuniti i risultati di un sondaggio commissionato da CA Technologies per comprendere la capacità delle aziende di rispettare i requisiti di compliance della GDPR. Dato che la GDPR è destinata ad avere vaste implicazioni in merito ai tipi di dati che potranno essere utilizzati in ambienti non di produzione, CA Technologies voleva capire in particolare quali sono i piani delle aziende per la GDPR e quali processi e tecnologie servono per aiutarle.

## Ambito della ricerca

Questo documento si basa sui risultati di un sondaggio di ricerca effettuato da Vanson Bourne. Le interviste sono iniziate la settimana dell'annuncio della GDPR (aprile 2016). Sono state condotte in totale 200 interviste B2B che hanno coinvolto 167 decision-maker IT (ITDM) e 33 decision-maker su rischio e compliance (RCDM). 98 intervistati su 200 sono top manager e gli altri senior manager.

Gli intervistati fanno parte di aziende con almeno 500 dipendenti e un fatturato annuo globale superiore a 1 miliardo di dollari, operanti in svariati settori tra cui:

- Servizi finanziari e assicurativi
- Produzione industriale
- Retail, distribuzione e trasporto
- Tecnologia e telecomunicazioni
- Altri settori commerciali
- Settore pubblico

Le interviste sono state effettuate online nel Regno Unito (75) e negli Stati Uniti (125) usando un rigoroso processo di screening multilivello per garantire l'inclusione dei soli candidati adatti.

# Principali risultati

---

## La GDPR avrà un impatto sulle aziende

- Solo il 46% dei partecipanti era pienamente consapevole della GDPR
- Dopo averne approfondito il contenuto, nove partecipanti su dieci (90%) ritiene che la GDPR avrà un certo impatto sul loro business
- L'89% dei partecipanti ha indicato almeno un'area del proprio business che andrà in sofferenza a seguito della GDPR

## Ci vorrà tempo per prepararsi alla GDPR

- Occorrono mediamente tre mesi per creare un piano di compliance alla GDPR e altri tre mesi per attuarlo
- In media, i piani sono stati rivisti tre volte durante l'implementazione

## La maggior parte delle aziende non è pronta per la GDPR

- Circa tre partecipanti su dieci (31%) affermano che le attività di test della propria azienda sono pienamente conformi
- Meno della metà (46%) è molto fiducioso che l'azienda sarà pronta in tempo
- Solo un terzo (33%) è molto convinto che sia possibile identificare tutti i dati dei clienti in tutti i sistemi e in tutte le applicazioni
- Circa 4 partecipanti su 10 (41%) ritengono che l'accesso ai dati sia limitato con sufficiente granularità
- Solo il 34% è assolutamente convinto di poter cancellare "senza indugio" i dati dei clienti
- Solo il 43% sarebbe in grado di fornire a un cliente i dati che lo riguardano, in un formato accessibile e trasmissibile in altri formati

## Le aziende dovranno investire in tecnologia per essere conformi

- L'88% indica che ci sono sfide tecnologiche che presentano un rischio di compliance
- Quasi nove intervistati su dieci (88%) si rendono conto che l'azienda dovrà investire in nuove tecnologie o nuovi servizi per prepararsi all'impatto della GDPR
- Il 58% ritiene che sarà necessario investire in tecnologie di crittografia
- Il 18% non usa attualmente la generazione di dati sintetici, ma la GDPR potrebbe indurlo ad adottarla



# Consapevolezza sulla GDPR

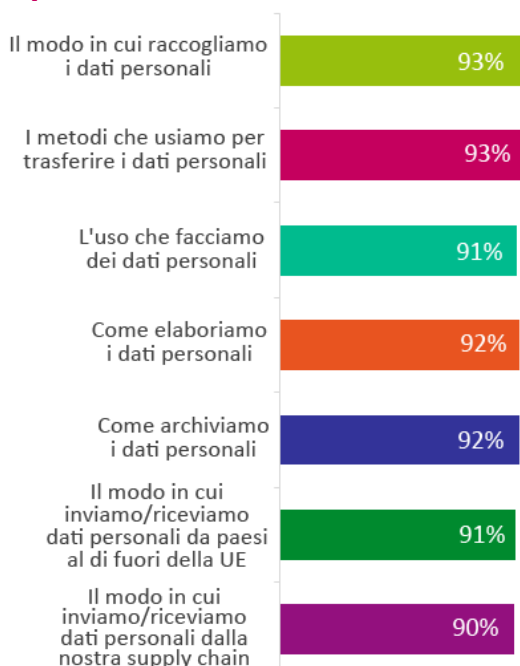
L'Unione Europea (UE) di recente ha emanato un nuovo atto normativo, la General Data Protection Regulation (GDPR), mirante a rafforzare la protezione dei dati personali detenuti dalle aziende. Quando entrerà in vigore a marzo 2018, le aziende di tutto il mondo che detengono dati personali provenienti dall'UE dovranno essere del tutto conformi, per cui è fondamentale che le aziende inizino subito a rivedere i sistemi che utilizzano per gestire i dati.

Nella settimana in cui la GDPR è stata adottata formalmente (aprile 2016), solo il 46% degli intervistati ha dichiarato di esserne pienamente consapevole, mentre un altro 47% ne aveva una certa conoscenza, ammettendo di avere delle lacune.

## Impatto della GDPR sul business

È chiaro che la GDPR avrà un impatto su molte aree del business degli intervistati. Dopo avere esaminato una definizione della GDPR, molti partecipanti hanno ammesso che avrà un impatto notevole sulla loro azienda. E almeno nove intervistati su dieci ha affermato che ci sarà un "certo" impatto in ognuna delle aree riportate in elenco (figura 2).

### Impatto della GDPR



**Figura 1:** analisi degli intervistati che dichiarano che ogni area avrà un impatto sul business. Domanda posta a tutti i 200 intervistati

Maggiore è la consapevolezza della GDPR degli intervistati, maggiore è l'impatto previsto sul business. I decision-maker IT (ITDM) e i decision-maker su rischio e compliance (RCDM) che non sanno ancora molto della GDPR, devono ancora identificare l'impatto che avrà sulla loro azienda. Questa conoscenza è determinante per fare sì che le aziende siano in grado di prepararsi in tempo per la scadenza della GDPR (25 maggio 2018).

## Il cambiamento delle normative rappresenta un costo per molte aziende

Circa nove intervistati su dieci (89%) ha citato almeno un'area dell'azienda in cui la GDPR comporterà un costo. Il 96% di coloro che sono pienamente consapevoli della GDPR, infatti, ha evidenziato un costo, contro solo il 33% di quelli che sono "non pienamente" o "per niente" consapevoli della GDPR. Laddove le conoscenze sulla GDPR sono carenti, le aziende rimarranno sorprese di quanto dovranno fare per assicurare la compliance.

Il costo più probabile segnalato dagli intervistati è il consumo di risorse IT e di tempo del personale (60%) a seguito della GDPR. I reparti IT hanno più probabilità di ritenere che sia così rispetto ai reparti rischio e compliance (66% contro 30% rispettivamente).

È anche probabile un impatto in termini di formazione delle risorse (38%) e budget di formazione (37%), ma il 34% degli intervistati non ne disporrà in misura sufficiente a garantire la compliance alla GDPR.

## Stati Uniti e Regno Unito

Sebbene si tratti di un regolamento europeo, gli intervistati nel Regno Unito e negli Stati Uniti hanno dichiarato di essere pienamente consapevoli la GDPR in uguale misura (45% e 46% rispettivamente).

I partecipanti nel Regno Unito hanno maggiori probabilità di considerare la GDPR come un aggravio sulle risorse. Il 93% degli intervistati nel Regno Unito ha affermato che tenere il passo con l'evoluzione dei requisiti normativi in materia di protezione dei dati, e la loro rilevanza, rappresenta un costo in una certa misura, contro l'87% negli Stati Uniti.

# Preparazione per la GDPR

## Implementazione di piani di compliance per la GDPR

Nel caso delle aziende che hanno implementato un piano di compliance completo, gli intervistati hanno dichiarato che ci sono voluti mediamente tre mesi per creare il piano e altri tre mesi, in media, per attuarlo. Pur trattandosi di soli sei mesi complessivi, la maggior parte degli intervistati (54%) non è molto fiducioso che i propri test da soli saranno conformi entro i due anni previsti per l'implementazione.

Nelle aziende che hanno avviato (ma non necessariamente completato) un piano di compliance alla GDPR, gli intervistati hanno indicato che finora è stato necessario rivedere e modificare parti del piano in media tre volte. Questo può spiegare in parte l'89% di risposte che indicano che tenere il passo con l'evoluzione dei requisiti normativi di protezione dei dati, e la loro rilevanza, rappresenta un costo per l'azienda.

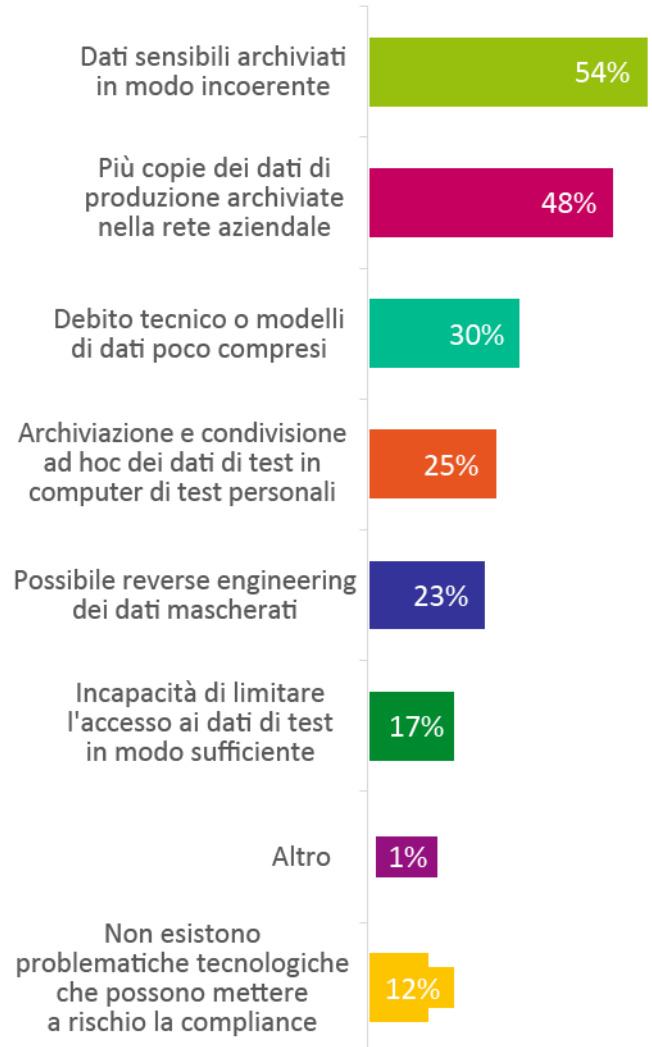
Le aziende che non hanno ancora iniziato a creare un piano di compliance dovranno farlo al più presto per assicurarsi di essere a norma prima della scadenza.

## Sfide tecnologiche associate alla compliance GDPR

La compliance alla GDPR sarà tutt'altro che semplice. Circa nove intervistati su dieci (88%) indicano che ci sono sfide tecnologiche che presentano un rischio di compliance. Più della metà (54%) segnala che i dati sensibili sono archiviati in modo incoerente all'interno dell'azienda.

Nei reparti IT (92%) è più probabile che vengano previste le sfide tecnologiche che presentano rischi di compliance rispetto ai reparti rischio e compliance (70%). Molto probabilmente il reparto IT ha una visione migliore delle sfide tecnologiche, ma il reparto rischio e conformità dovrebbe comprendere meglio i rischi per la compliance. In ogni caso, nella maggior parte di entrambi i reparti emerge la presenza di sfide.

## Sfide tecnologiche che presentano rischi di compliance



**Figura 2:** "Quali sfide tecnologiche potrebbero presentare un rischio di compliance per l'azienda?" Domanda posta a tutti i 200 intervistati

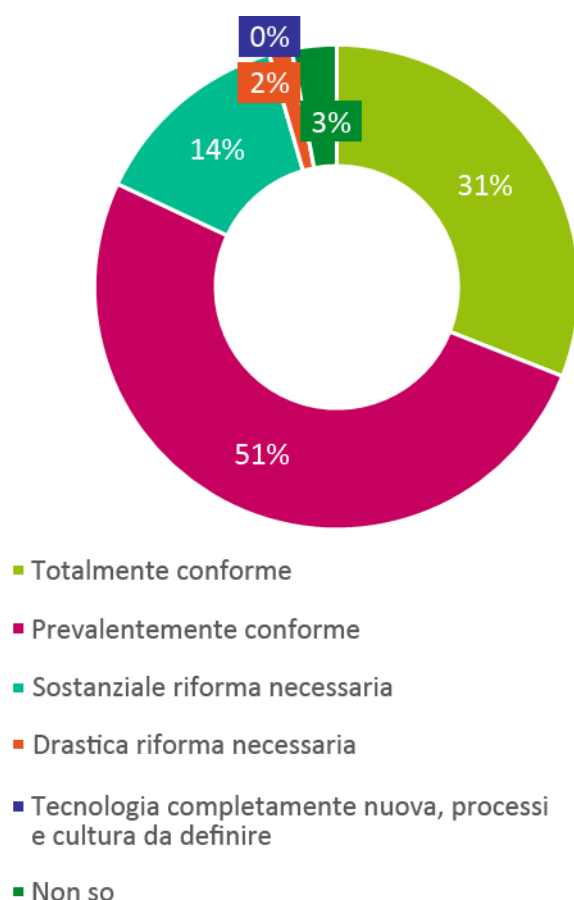
Una percentuale elevata degli intervistati (88%) indica che ci sono sfide tecnologiche che presentano un rischio di compliance. L'area che pone più sfide è l'archiviazione dei dati sensibili (54%).

# Ostacoli attuali alla compliance GDPR

## Le attuali attività di testing non rispettano lo standard

Solo tre intervistati su dieci (31%) afferma che le attività di testing attualmente implementate nell'azienda sono conformi alla GDPR dal punto di vista tecnologico, procedurale e culturale. La maggior parte delle aziende ha ancora molto da fare per assicurare la compliance. E tutto questo deve essere fatto in meno di due anni.

### Compliance attuale



**Figura 3:** "In che misura ritiene che le attività di testing attualmente implementate dalla sua azienda siano conformi al General Data Protection Regulation dal punto di vista tecnologico, procedurale e culturale?" Domanda posta a tutti i 200 intervistati

Tuttavia, meno della metà degli intervistati (46%) è pienamente fiducioso di potersi allineare entro il periodo di implementazione previsto. Questo suggerisce che la maggior parte delle aziende è preoccupata di non riuscire a rispettare la scadenza del 25 maggio 2018.

I top manager intervistati (52%) sono più propensi ad avere piena fiducia nella capacità della loro azienda di rispettare la scadenza, mentre lo stesso può dirsi solo per quattro senior manager su dieci (40%).

Nel corso di questa ricerca è emersa una divergenza di opinione tra il top management e i senior manager, che può essere spiegata dal fatto che i senior manager probabilmente operano in prima linea e sono forse più consapevoli della realtà rispetto ai top manager, che potrebbero basare le proprie affermazioni su quella che sperano sia la realtà.

## Gap di compliance nei processi correnti

I processi nella maggior parte delle aziende incluse nel sondaggio non sono conformi alla GDPR.

Solo un terzo (33%) degli intervistati è molto convinto che sia possibile identificare prontamente (entro dieci giorni lavorativi) tutti i dati degli utenti presenti in tutti i sistemi e in tutte le applicazioni esistenti nell'azienda. Questo significa che la maggior parte di essi non è molto sicuro che l'azienda potrebbe farlo attualmente. Il 42% dei top manager intervistati dichiara di avere molta fiducia a questo proposito, contro il 25% dei senior manager. I top manager sperano che l'azienda sia già pronta o forse semplicemente ignorano ciò che questo comporta?

Solo il 41% indica che i processi e le tecnologie attuali sono in grado di limitare l'accesso ai dati nella misura prevista dal regolamento. Anche in questo caso, questo significa che la maggior parte delle aziende non è pronta per la GDPR in questo campo. I top manager sembrano ritenere con maggiore probabilità che l'azienda sia pronta in questo campo (lo afferma il 50% di essi), contro solo tre su dieci senior manager (31%). Questo suggerisce nuovamente che il top management abbia una visione troppo rosea del livello di preparazione dell'azienda per la GDPR.

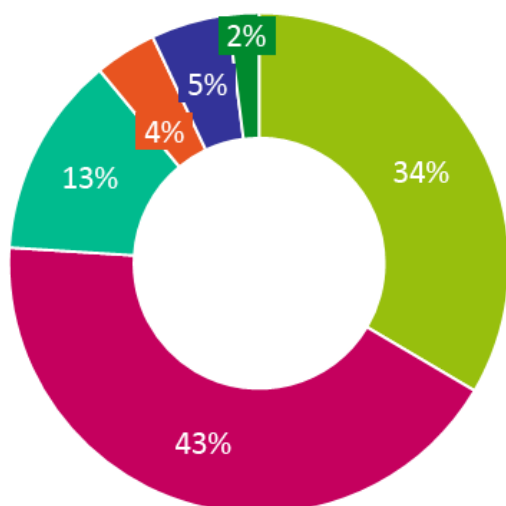


## Cancellazione dei dati dei clienti "senza indugio"

Uno degli istituti più importanti della GDPR è il "diritto all'oblio", che conferisce all'interessato (ad esempio un cliente) il diritto di ottenere dal titolare del trattamento (ad esempio un'azienda) la cancellazione dei dati personali che lo riguardano, in determinate circostanze.

Solo circa un terzo degli intervistati (34%) è totalmente sicuro che la propria azienda sarebbe in grado di cancellare prontamente ogni singola istanza dei dati (test) di un cliente, qualora questi ne facesse richiesta. Un ulteriore 43% dichiara di essere abbastanza fiducioso, ma ritiene che l'azienda non sarebbe in grado di individuare ogni singolo dato e questo costituirebbe una violazione del regolamento. Ancora una volta, la maggior parte delle aziende non è ancora pronta per la compliance alla GDPR.

### Cancellazione dei dati



- Totalmente fiducioso
- Abbastanza fiducioso di poterlo fare con sufficiente rapidità, ma non certo di riuscire a includere tutti i dati
- Abbastanza fiducioso di poterlo fare, ma non con sufficiente rapidità
- Abbastanza fiducioso che sia possibile, ma è necessario raccogliere altre informazioni
- Per niente fiducioso
- Non so

**Figura 4:** "Se un cliente richiedesse la cancellazione "immediata" di tutte le istanze dei suoi dati personali (test), in che misura ritiene che la sua azienda sarebbe in grado di soddisfare questa richiesta allo stato attuale?" Domanda posta a tutti i 200 intervistati

## Consentire ai clienti di accedere ai propri dati

Un altro istituto importante della GDPR è il "diritto alla portabilità dei dati", in base al quale gli interessati potranno trasferire i propri dati personali da un provider di servizi a un altro e le aziende dovranno consentirlo.

Se un cliente richiedesse l'accesso a tutte le istanze dei suoi dati in un formato accessibile e trasmissibile in altri formati, solo il 43% degli intervistati dichiara che la propria azienda sarebbe in grado di soddisfare pienamente la richiesta al momento attuale. Una percentuale analoga (44%) può farlo, ma solo in uno o due formati, che potrebbero non corrispondere a quello desiderato o persino risultare illeggibili dal cliente. Un ulteriore partecipante su dieci (10%) non ha attualmente alcun modo per farlo. Ancora una volta risulta evidente che le aziende devono cambiare il loro modo di operare per rispettare la GDPR.

### Stati Uniti e Regno Unito

I partecipanti negli Stati Uniti mostrano un grado di fiducia maggiore rispetto a quelli nel Regno Unito per quanto riguarda la preparazione della propria azienda entro la scadenza fissata e l'attuale compliance. I partecipanti statunitensi si dimostrano con maggiore probabilità:

- Molto fiduciosi che i test saranno conformi entro il biennio di implementazione (49% negli Stati Uniti e 41% nel Regno Unito)
- Molto fiduciosi nella possibilità di identificare prontamente ogni singolo contenuto (entro dieci giorni lavorativi) in tutti i sistemi e in tutte le applicazioni esistenti nell'azienda (38% negli Stati Uniti e 24% nel Regno Unito)
- Convinti che l'accesso ai dati sia limitato con sufficiente granularità (44% negli Stati Uniti e 35% nel Regno Unito)
- Totalmente fiduciosi di poter cancellare "prontamente" ogni istanza dei dati (test) allo stato attuale (36% negli Stati Uniti e 29% nel Regno Unito)
- Sicuri di poter fornire i dati in un formato accessibile dai clienti e trasmissibile in altri formati già oggi (47% negli Stati Uniti e 36% nel Regno Unito)



# Tecnologie di supporto alla compliance GDPR

## La necessità di investire in tecnologie

Quasi nove intervistati su dieci (88%) si rendono conto che l'azienda dovrà investire in ulteriori tecnologie per assicurare la compliance alla GDPR. Prevedono di farlo in diverse aree, tra cui tecnologie di crittografia (58%), tecnologie di analisi e reporting (49%) e test data management (47%).

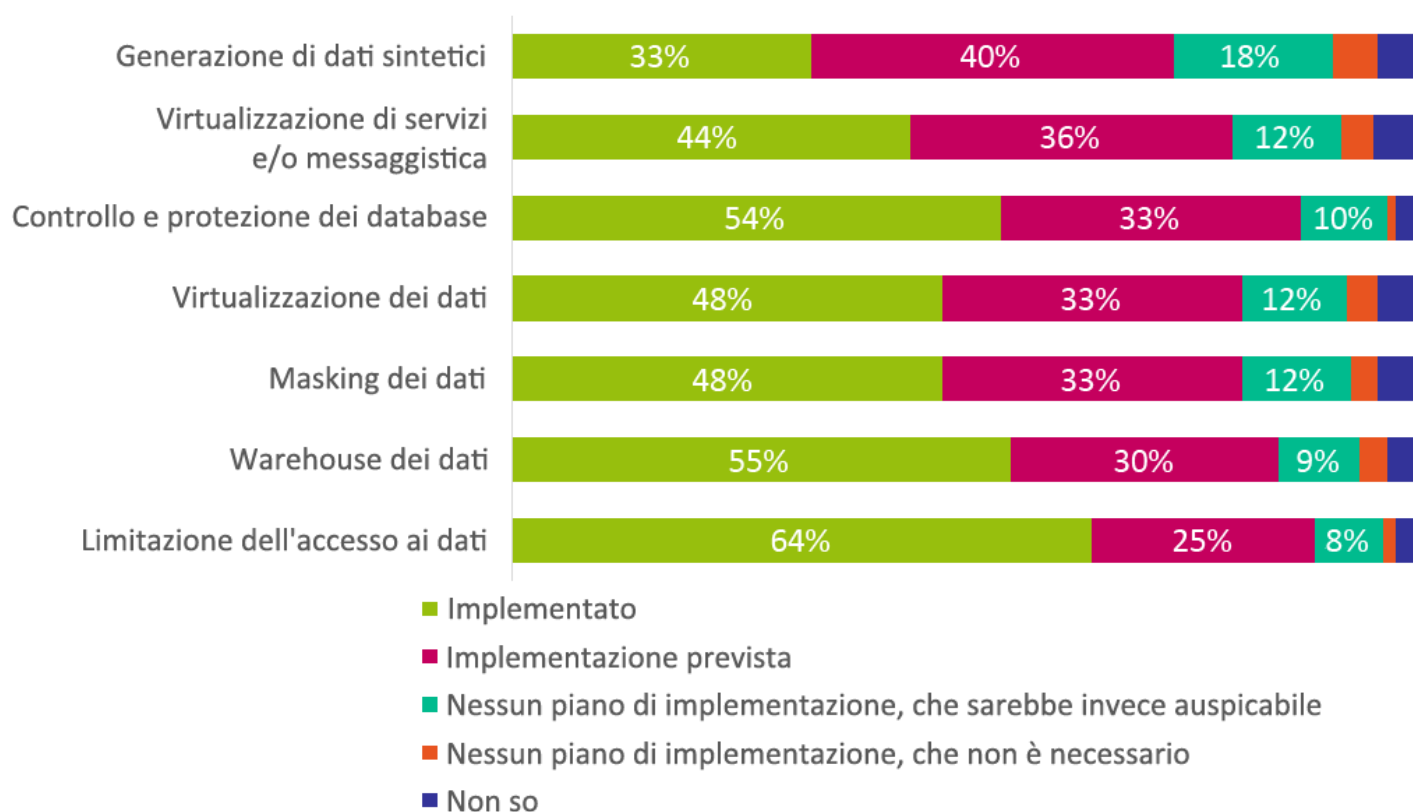
Quasi quattro su dieci (39%) top manager intervistati prevedono che saranno necessari cospicui investimenti, una percentuale doppia rispetto ai senior manager (16%) che lo prevedono per la loro azienda. Si tratta di un dato sorprendente se si considera che i top manager intervistati si sono mostrati più inclini a ritenere che l'azienda sia già conforme in diverse aree.

## Tecnologie di supporto alla compliance negli ambienti di test

Per quanto concerne la compliance negli ambienti di test, molte aziende hanno già implementato un piano (verde nella figura 5) o prevedono di farlo (rosa). Anche se una parte di esse non ha adottato alcun piano, è incoraggiante che la maggior parte di quel gruppo sia consapevole di doverlo fare (verde acqua contro arancione).

Mentre in molti casi è già stato strutturato un piano, è bene notare che quasi nove partecipanti su dieci (88%) hanno evidenziato la presenza di sfide tecnologiche che pongono un rischio di compliance (figura 3) e più della metà ha indicato che i dati sensibili sono archiviati in modo incoerente all'interno dell'azienda.

### Assicurare la compliance negli ambienti di test



**Figura 5:** "Quali procedure sono presenti/ritiene che siano necessarie affinché l'azienda possa assicurare la compliance negli ambienti di test?" Domanda posta a tutti i 200 intervistati

## Usare dati generati in modo sintetico

---

Solo il 19% delle aziende partecipanti usa dati generati in modo sintetico (anche senza l'uso di dati mascherati), ma un ulteriore 18% afferma che la GDPR potrebbe indurle ad adottarli.

---

Un mix di data masking e dati sintetici diventerà la soluzione più comune per la compliance GDPR.

---

Quasi sei intervistati su dieci (58%) affermano che la loro azienda implementerà una combinazione di data masking e generazione di dati sintetici per dimostrare la compliance con la GDPR in relazione all'utilizzo delle informazioni che consentono l'identificazione personale.

I top manager intervistati (65%) sono più propensi a ritenere che la propria azienda pianificherà l'implementazione di una combinazione di data masking e generazione di dati sintetici per dimostrare la compliance. Per contro, i senior manager che affermano che questo rientra nei piani delle proprie aziende sono poco più della metà (51%).

Tuttavia, il 7% degli intervistati indica che le misure che l'azienda intraprenderà per assicurare la compliance non sono ancora state discusse o decise. Queste aziende devono necessariamente avviare la pianificazione per essere a norma prima della scadenza.

## Pseudonimizzazione

---

**Definizione:** il trattamento dei dati personali in modo tale che i dati personali non possano più essere attribuiti a un interessato specifico senza l'utilizzo di informazioni aggiuntive, a condizione che tali informazioni aggiuntive siano conservate separatamente e soggette a misure tecniche e organizzative intese a garantire che tali dati personali non siano attribuiti a una persona fisica identificata o identificabile.

---

Nelle aziende che attualmente mascherano i dati, il 13% degli intervistati non è consapevole del fatto che i processi dell'azienda devono essere sottoposti a una valutazione in funzione della GDPR. Inoltre, solo il 39% di essi ritiene che i processi e le tecnologie correnti in relazione alla pseudonimizzazione siano ottimali. Anche in questo caso, la maggior parte delle aziende non è ancora pronta per la compliance con la GDPR.

E anche in questo caso, i top manager (46%) sono più propensi a ritenere che la propria azienda sia già conforme in questo campo, contro il 31% dei senior manager.

Quelli che hanno un livello di consapevolezza maggiore in merito alla GDPR sono più propensi ad affermare che la propria azienda soddisfa già i requisiti. I partecipanti più consapevoli in relazione alla GDPR potrebbero avere già predisposto misure finalizzate alla compliance all'interno delle proprie aziende.

---

## Stati Uniti e Regno Unito

I partecipanti negli Stati Uniti concordano maggiormente sulla necessità di investimenti significativi (31% negli Stati Uniti e 20% nel Regno Unito).

Il 15% degli intervistati nel Regno Unito, tuttavia, passerà dal data masking alla generazione di dati sintetici per evitare di usare dati di produzione, contro il 7% negli Stati Uniti.

---

# Conclusioni

---

Tenuto conto del fatto che la GDPR è stato annunciato formalmente solo di recente, si evidenzia un buon livello di consapevolezza tra i partecipanti. Una volta informati sul regolamento, l'88% degli intervistati ha dichiarato che la propria azienda deve affrontare difficoltà tecnologiche per la compliance alla GDPR. Il percorso verso la compliance è percepito come molto laborioso.

Da molte risposte è emersa la presenza di gap nella compliance alla GDPR delle aziende. Considerando il riconoscimento della presenza di sfide tecnologiche, non sorprende che l'88% delle aziende abbia la necessità di investire in tecnologie per conformarsi alla GDPR. Le tecnologie di crittografia saranno materia di investimento nel 58% dei casi e una percentuale consistente ritiene che la GDPR potrebbe indurre l'azienda ad adottare altre tecnologie come la generazione di dati sintetici all'interno di una soluzione di test data management (18%).

L'evoluzione dei requisiti GDPR rappresenta un costo per le aziende degli intervistati; alcune di esse hanno avviato misure preparatorie, ma resta ancora molto da fare. La pianificazione e l'implementazione in funzione della GDPR (e relative modifiche) richiede sei mesi. Se le aziende non iniziano a creare un piano di compliance al più presto, non riusciranno a rispettare il termine di maggio 2018.

Il nuovo regolamento dovrà essere oggetto di apposita formazione e richiederà assistenza in fatto di tecnologie. In tutti i casi solo la minoranza ha fiducia nei processi già implementati dell'azienda o indica che l'azienda è già conforme ai dettami della GDPR. Solo il 31% ritiene che la propria azienda sia già conforme in merito alle attuali procedure di testing. E solo il 39% pensa che le policy correnti in relazione alla pseudonimizzazione siano ottimali. La maggior parte delle aziende ha ancora molto da fare per assicurare la compliance.

Anche se la GDPR è una normativa europea, le aziende statunitensi prevedono un impatto. Il regolamento avrà effetto su tutte le aziende a livello mondiale, per cui non sorprende che il 31% dei partecipanti negli Stati Uniti concordi sul fatto che la compliance alla GDPR richiederà investimenti significativi in tecnologie.

Tutte le aziende dovrebbero predisporre piani per rispettare la GDPR, prima che sia troppo tardi.

Per ulteriori informazioni sulla GDPR e sulle misure che le aziende possono attuare, è possibile guardare il webcast di CA e Vanson Bourne:

["Are You GDPR Ready? Get the Vanson Bourne Readiness Survey Results"](#)



---

**Informazioni su CA Technologies:**

CA Technologies (NASDAQ: CA) crea software che promuove l'innovazione all'interno delle aziende, consentendo loro di cogliere le opportunità offerte dall'application economy. Il software rappresenta il cuore di qualsiasi business, in ogni settore. Dalla pianificazione allo sviluppo, fino alla gestione e alla sicurezza, CA Technologies lavora con le aziende di tutto il mondo per cambiare il nostro modo di vivere, interagire e comunicare, in ambienti mobile, cloud pubblici e privati, distribuiti e mainframe. Per ulteriori informazioni, visita il sito [ca.com/it](http://ca.com/it).

CS200-215379

**Informazioni su Vanson Bourne:**

Vanson Bourne è una società indipendente specializzata in ricerche di mercato per il settore tecnologico. La nostra reputazione di analisti di ricerca affidabili e credibili si basa su principi di ricerca rigorosi e sulla nostra capacità di acquisire il punto di vista dei senior decision maker in tutte le aree tecniche e commerciali, in tutti i settori e in tutti i mercati principali. Per maggiori informazioni, visita il sito [www.vansonbourne.com](http://www.vansonbourne.com)

---