

# Let's get it Started. Dedicato ai futuri dottori.

*Bologna 13 novembre 2023*

Stefano Mozzato, *guardate su linkedin chi sono*



## Introduzione

- a) **Mi presento**
- b) Obiettivi dell'intervento
- c) *Regola #1 e Regola #2*

## Vertiv

- a) **Chi è e cosa fa**
- b) Il settore di business e le prospettive future
- c) *Evoluzione organizzativa vs l'account Management*

## Sales Organization

- a) Tre tipologie di organizzazione vendite
- b) *Differenze e background*
- c) *Esperienza aziendale di Vertiv*

## Cliente al centro

- a) Come cambiano i processi decisionali
- b) Come si struttura un'azienda focalizzata al cliente
- c) I 4 cerchi di creazione valore per il cliente

## KAM, caratteristiche

- a) Hunter vs Farmer
- b) Definizione e competenze del Key Account Manager
- c) Su quali clienti è focalizzato il KAM

## Il N-Vostro futuro

- a) **Valori fondanti**
- b) Cosa sta cambiando intorno a noi che ci influenzerà
- c) Il futuro prossimo
- d) Perché è importante pensarci adesso
- e) *Regola #9 e Regola #10*

# Mi presento

*I concetti esposti sono un blend tra le esperienze aziendali di Vertiv e le esperienze ed opinioni dello speaker, **Stefano Mozzato**, che di professione fa il:*

- ***S**outhern Europe Hyperscale & CoLo Strategic Account director*
  - ***A**ppena chiusi, a fine 2022, 5 anni di Country Manager per Vertiv in Italia*
  - ***P**rima ancora, 5 anni di direzione vendite Thermal Management in EMEA*
  - ***E** ancora prima, da 10 anni di direzione marketing EMEA*
  - ***R**&d su sistemi (Elettronica ed Informatica) per 15 anni all'inizio della carriera.*
  - ***E**sperienze varie e trasversali che mi piace poter condividere con tutti voi*
- 
- a) *Nessun concetto esposto è «assoluto» ma vuole essere elemento di stimolo.*
  - b) *Non è una LEZIONE convenzionale e la linearità nei concetti è stata volutamente disattesa per far sì che ciascuno, se interessato, la ricostruisca integrandola con lo studio individuale*
  - c) *Se avete domande o approfondimenti mi trovate su Linked-in oppure all'indirizzo aziendale [Stefano.Mozzato@Vertiv.com](mailto:Stefano.Mozzato@Vertiv.com)*
  - d) *Il mix Italiano-Inglese è stato lasciato intenzionalmente*

## # Regola 1: conoscere il tuo interlocutore prima di incontrarlo

Questo vale in tutti gli ambiti ma in modo particolare nel mondo commerciale e nel mondo delle relazioni

- **S**outhern Europe Hyperscale & CoLo Strategic Account director
- **A**ppena chiusi, a fine 2022, 5 anni di Country Manager per Vertiv in Italia
- **P**rima ancora, 5 anni di direzione vendite Thermal Management in EMEA
- **E** ancora prima, da 10 anni di direzione marketing EMEA
- **R**&d su sistemi (Elettronica ed Informatica) per 15 anni all'inizio della carriera.
- **E**sperienze varie e trasversali che mi piace poter condividere con tutti voi

Una «pubblicità progresso», qualche anno fa diceva: «**Sa la conosci la eviti**»

# # Regola 2: *avere sempre chiare le priorità*

Triage						
	#	Topic	Start	Finish	Responsible	Status
<b>Critical need immediate actions</b>	1					
	2					
	3					
	4					
	5					
	6					
<b>Important but not so critical. To decide if a meeting in person is required</b>	A					
	B					
	C					
	D					
	E					
	F					
<b>Not Critical but require to keep in the radar Screen</b>	a					
	b					
	c					
	d					
	e					
	f					

Ora parliamo di Vertiv

# Architects of

# Continuity<sup>TM</sup>

**ar•chi•tect *nome***

1. Creatore di infrastrutture digitali pronte per il futuro

**con•ti•nu•i•ty *nome***

1. Operazioni affidabili, sicure e senza interruzioni
2. Portare la realtà dei clienti alle aspirazioni future

**Garantire continuità  
attraverso la costruzione di  
infrastrutture digitali pronte  
per il futuro**

## Who we are

Vertiv has been operating in the world of datacenters and telecommunications infrastructures for 50 years at national and global level, solving the peculiar technical challenges encountered in the various countries.

We are not generalists but **specialists in the Datacenter world** and we continue to invest in R&D to always be at the highest levels both with our skills and with the test infrastructures of our 2 Italian production and R&D sites who serve primarily EMEA market as well as others around the world.

**Our teams of Application Engineers, Account Management, Project Management, Service Operations, are trained** to operate in complex installations where competences and preparation are fundamental and constantly raised elements in Italy as in EMEA.

## What we do

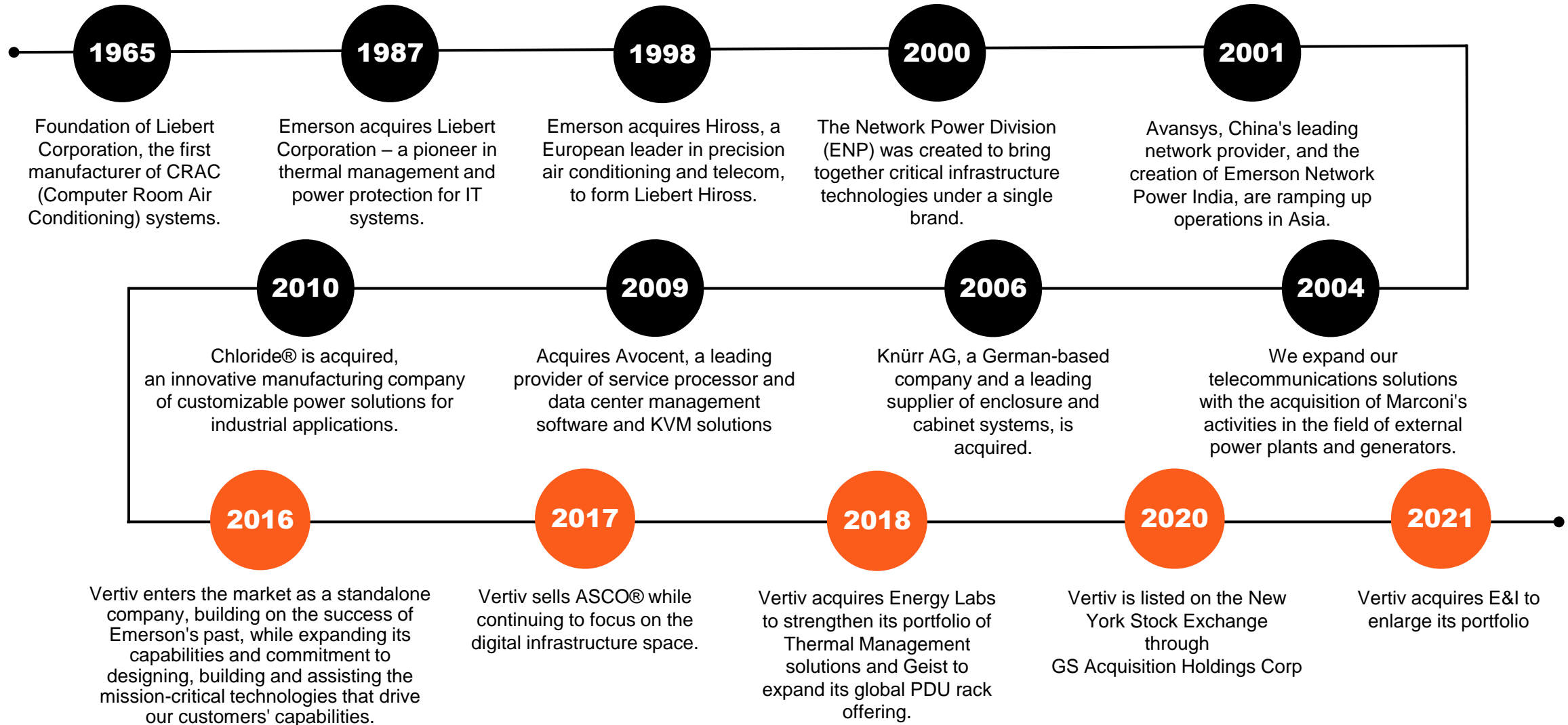
We ensure that our customers' critical applications always work optimally and grow with their business needs.

We do this globally thanks to the technologies developed by our Italian Research and Development, leader in the development of products and solutions for the world of Datacenters and to our Service, the flagship to guarantee continuity over time to our customers.

The way we work is based on innovation, skills, collaboration, smart ecosystems and scalability.

**We are *Architects of Continuity***

# Our journey





# Thermal Management: R&D, Production, Service, Head Quarters in Padua



## Tognana (Padua), Italy

- Tognana is Vertiv's Centre of Excellence for Thermal Management in EMEA and worldwide
- Inside Tognana Centre there is an area dedicated to factory witness testing for thermal management products
- There are certified laboratories for testing on floor mount units, units with indirect evaporative freecooling and chiller freecooling
- Offices for Thermal Management Training Academy
- **Headquarters of the R&D center for the EMEA and global market**

# WHERE Units are tested

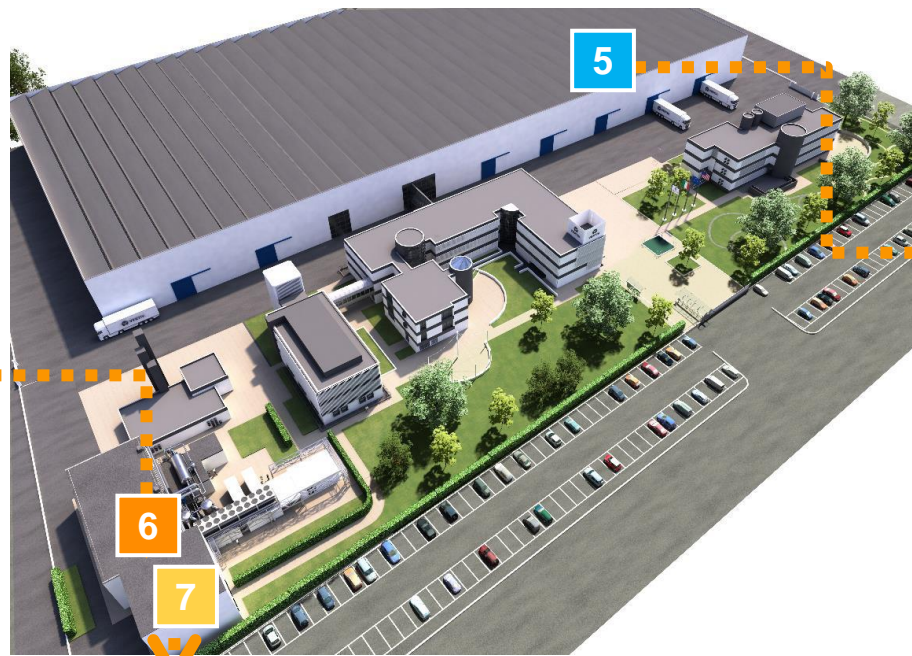
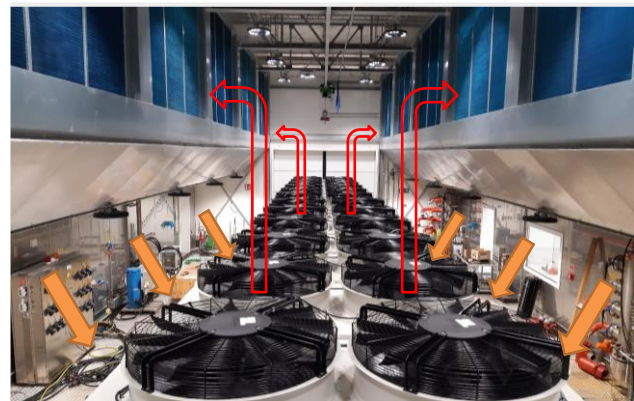
In Tognana campus there is a **CUSTOMER EXPERIENCE CENTER** that includes **7 INNOVATION LABS**



- 1 R&D Validation Lab 1** can balance thermal loads up to 100 kW with chamber air temperature 10 to 50°C
- 2 R&D Validation Lab 2** two testing chambers: 50 kW capacity each; one simulating external ambient conditions from -32 to 60°C
- 3 Floor-Mount Validation Lab** can balance thermal loads up to 200 kW and simulates CW and DX units with temp. from 10 to 50°C
- 4 Evaporative Cooling Innovation Lab** up to 450 kW and airflow of up to 120,000 m<sup>3</sup>/h
- 5 Chiller Lab** can balance a thermal load up to 1600 kW with a chamber air temperature up to 60°C
- 6 Adiabatic Freecooling Chiller Innovation Lab** up to 1.8 MW in extreme operating conditions between -3°C and 60°C
- 7 NEW AHU Innovation Lab** up to 400kW and 100,000 m<sup>3</sup>/h, with operating conditions between +10°C and 50°C



**Adiabatic Freecooling Chiller Innovation Lab** up to 1.8 MW in extreme operating conditions between  $-3^{\circ}\text{C}$  and  $60^{\circ}\text{C}$ .



**Chiller Lab** can balance a thermal load up to 1600 kW with a chamber air temperature up to  $60^{\circ}\text{C}$ .



**NEW AHU Innovation Lab** up to 400kW and 100,000  $\text{m}^3/\text{h}$ , with operating conditions between  $+10^{\circ}\text{C}$  d  $50^{\circ}\text{C}$ .



# AC Power, R&D, Manufacturing, Service, Academy in Bologna



## Castel Guelfo (BO), Italy

- Castel Guelfo is Vertiv's AC Power Centre of Excellence in EMEA and worldwide
- There is the UPS Development Center and It's where Vertiv's icon, Trinergy, was designed
- It is the place for the Power Training Academy
- There is a whole section of laboratories and test area for "Factory witness tests" for UPS systems up to 2.5 MVA
- Focal point for testing even before the delivery of the units, over 750 validations per year
- **There is a showroom and a large area for training**

# Our factories in Europe



## Nove Mesto-Slovakia, Volyne, Czech Rep

- In addition to Italy, Croatia, Germany, we have production companies in Slovakia and the Czech Republic. Products for the Edge are developed in these headquarters
- **Thermal Management:** development and production of Thermal products for various types of applications ranging from small Edge sites to large data centers.
- **DC Power:** Development and production of solutions for the telco market
- **AC Power:** Development and production of UPS systems for various types of applications ranging from small offices/construction sites to large hospitals or data centers. Management of large projects

# Vertiv centers of excellence in Europe: *Prefabricated Datacenter*



## Zagabria, Croatia

- Global headquarters for modular data center projects
- In Zagreb, modular data center designs are produced, installed, tested, and then shipped for reassembly
- Headquarters of the modular data center R&D center with over 150 engineers specialized in various disciplines
- The new plant has an area of 30,000 m<sup>2</sup> with a production capacity of over 300 modules/year
- There is a large area dedicated to the Factory Witness Test for modular data centers
- ***Since 2022 joining forces with E+I and the relevant world wide organization***

# Sustainable Eco System for Hybrid Air & Liquid Cooling

Covering the needs for Liquid Cooled IT

## Coolant Distribution Unit

2

Centralized & Rack mounted CDU's to distribute and manage liquid to servers for Direct to Chip Cooling



## AFC Chiller Module

3

Multifunctional Vertiv Chiller handling the Hybrid Cooling platform while managing the Reuse of the Heat Outboundary



## CW CRAC Unit

1

Chilled Water indoor units PCW



## Service

4

### Key Elements of the Energy Path

- 1 CRAC Unit**  
(Cover Aircooled server demand)
- 2 CDU - XDU**  
(Supply the Liquid Cooling circuit)
- 3 Chiller Module**  
(Manage the different loops temperature)
- 4 Operations Optimization**  
(Lifetime management & performances Optimization following the evolution of the IT Infrastructure)

Confidential. Property of Vertiv.

# Sustainable Eco System for Hybrid Air & Liquid Cooling





# Regola #3: conoscere I numeri delle aziende



**Sales**  
~\$5.7B



**Employees**  
Vertiv ~27,000

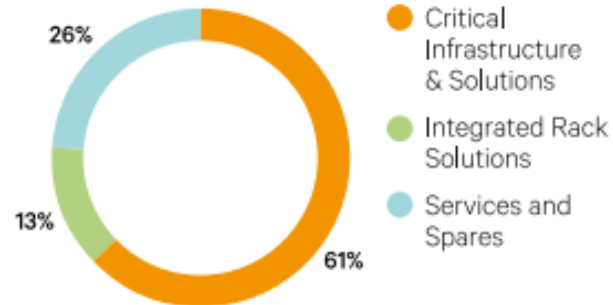


## Customers Include

Alibaba, Alstom, America Movil, AT&T, China Mobile, Equinix, Ericsson, Reliance, Siemens, Telefonica, Tencent, Verizon, Vodafone

**Manufacturing Sites: 24**  
**Service Centers: 220+**  
**Reach: 130+ countries**

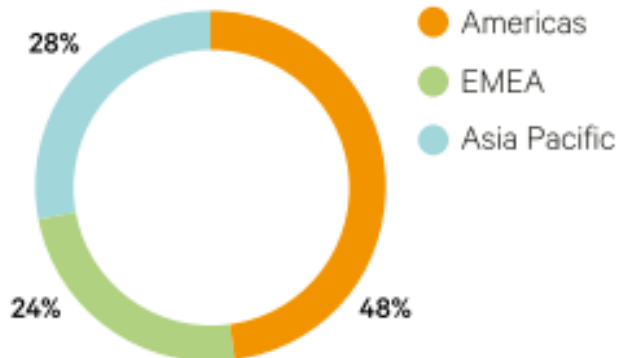
## Offering\*



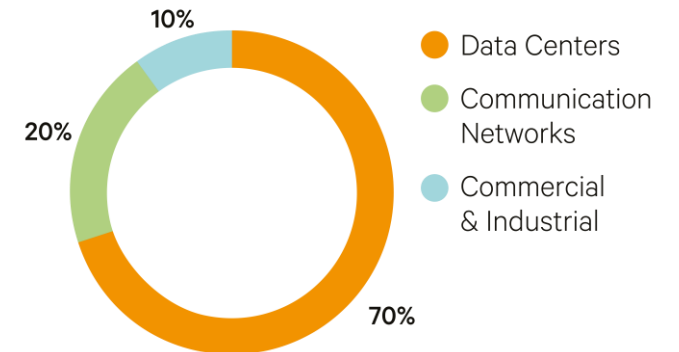
Broad range of power, thermal, and IT and edge infrastructure, solutions and services portfolio

*\*by revenue*

## Geography\*



Global, well-established footprint and supply-chain network



## End Market\*

Customers who operate in some of the world's most critical industries

Market breakdown rounded to nearest 5%



## For our employees and our customers

- 360 trainin sessions
- 12.000 training days/year
- 99.000 training hours/year
- 2.200 certifications



# Organizzazione delle Vendite definizioni e l'organizzazione di Vertiv



## Territoriale

1. **Team di vendita dedicato:** Ogni territorio ha un team di vendita dedicato responsabile di gestire le relazioni con i clienti nella loro area.
2. **Conoscenza del territorio e delle esigenze dei clienti locali,** la concorrenza e le dinamiche di mercato specifiche.
3. **L'obiettivo principale** è il miglioramento della copertura di mercato

## Territoriale + KA

Come l'organizzazione di vendita Territoriale con l'esculsione di alcuni clienti importanti gestiti da figure professionali ben determinate. *Talvolta questi clienti vengono chiamati «Clienti Direzionali»*

## Verticali di business

1. **Segmentazione per settori verticali:** l'organizzazione delle vendite è suddivisa per team, ciascuno focalizzato su un settore verticale specific: sanità, manifatturiero, finanza, telcom ecc.
2. **I membri del team di vendita sono selezionati in base alle loro competenze e conoscenze** specifiche del settore verticale di competenza. Questo consente loro di **comprendere meglio le esigenze dei clienti e di fornire soluzioni più adatte**

1. **Conoscere il territorio nella sua eterogeneità.**
2. **Buone relazioni con tutti**
3. Vengono venduti principalmente prodotti e-o Servizi indipendentemente dal valore

Come l'organizzazione territoriale ma con un'attenzione maggiore verso alcuni clienti che per volumi di business vengono gestiti centralmente

1. **Conoscere il cliente e il suo business**
2. *Adattamento dell struttura di vendita alle caratteristiche del cliente con accesso a più livelli (CEO, Direzione Acquisti, Direzione Tecnica, Direzione Finanziaria...)*
3. Customer experience come driver

## Vertiv Aligns EMEA Sales Organisation with *Evolving Market to Further Enhance Customer Experience*

London, UK [October 19, 2022]: [Vertiv](#) (NYSE: VRT), a global provider of critical digital infrastructure and continuity solutions, today announced the evolution of its Europe, Middle East and Africa (EMEA) sales teams to better serve expanding key markets and support future growth. The newly formed sales regions, in parallel with stronger account management focus, will help support the growing cloud and colocation, telecom and edge markets, while increasing synergies and best practices across teams.

**“Our customers are front and centre of what we do, meaning that our organisation must evolve to stay ahead in such a dynamic market,”** said Peter Lambrecht, VP sales for Vertiv in EMEA. “The key objective is to make it easier for our customers to do business with us, making sure that they can rely on industry experts to support their specific needs. We are tailoring the organisation to add value to our customers’ business models”.

*Service teams will now be working more closely with sales, meaning that customers can expect closer lifecycle support for their equipment and even more emphasis on total cost of ownership (TCO). The strategy will also help accelerate growth and strengthen Vertiv’s market leadership by bolstering key account support and enabling cross-selling, whilst supporting the IT distribution channel to further enhance its efforts.*

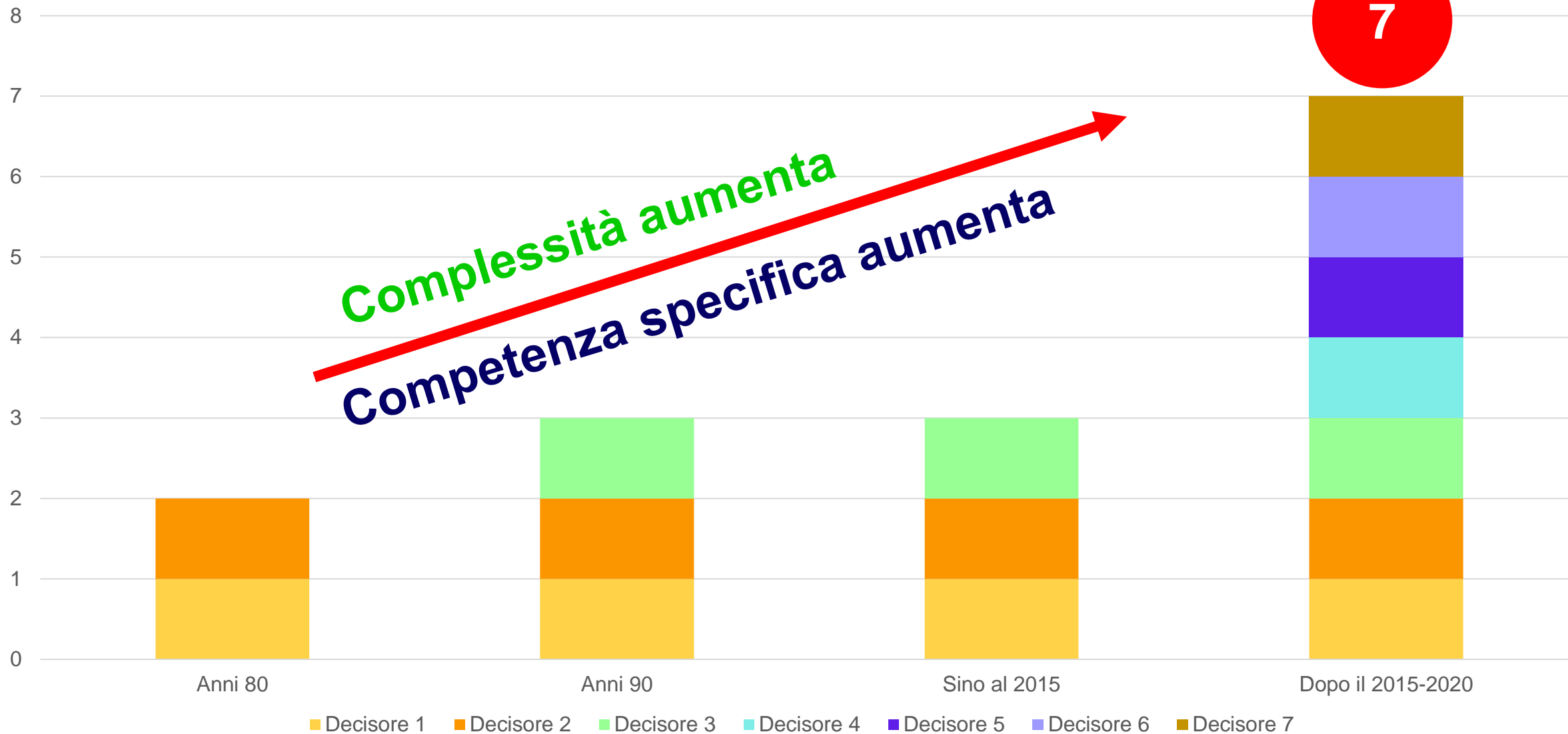
The strategy is based on boosting closer collaboration across teams, despite country borders. For example, teams in the UK, Ireland, Denmark, Sweden and Norway are now led by Alex Brew, who has been promoted to regional director for Northern Europe, and Daniel Breum, previously sales director for the Nordics region, has been appointed as regional director for Central Western Europe, which includes Germany, Austria, Switzerland, Belgium, Luxembourg, and the Netherlands. Jean-Pierre Tournemaine has been promoted to regional director for Southern Europe. In Central Eastern Europe, the leadership of Igor Grdic has been confirmed while Turkey, Central Asia and Middle East are now forming a single sales region under the leadership of Tassos Peppas.

**Alongside the Regional Sales Teams, accounts have been organised by market segment under the Regional Strategic Segments, with the objective of increasing knowledge and expertise on key markets such as telecoms, colocation and hyperscale, retail and enterprise.** In

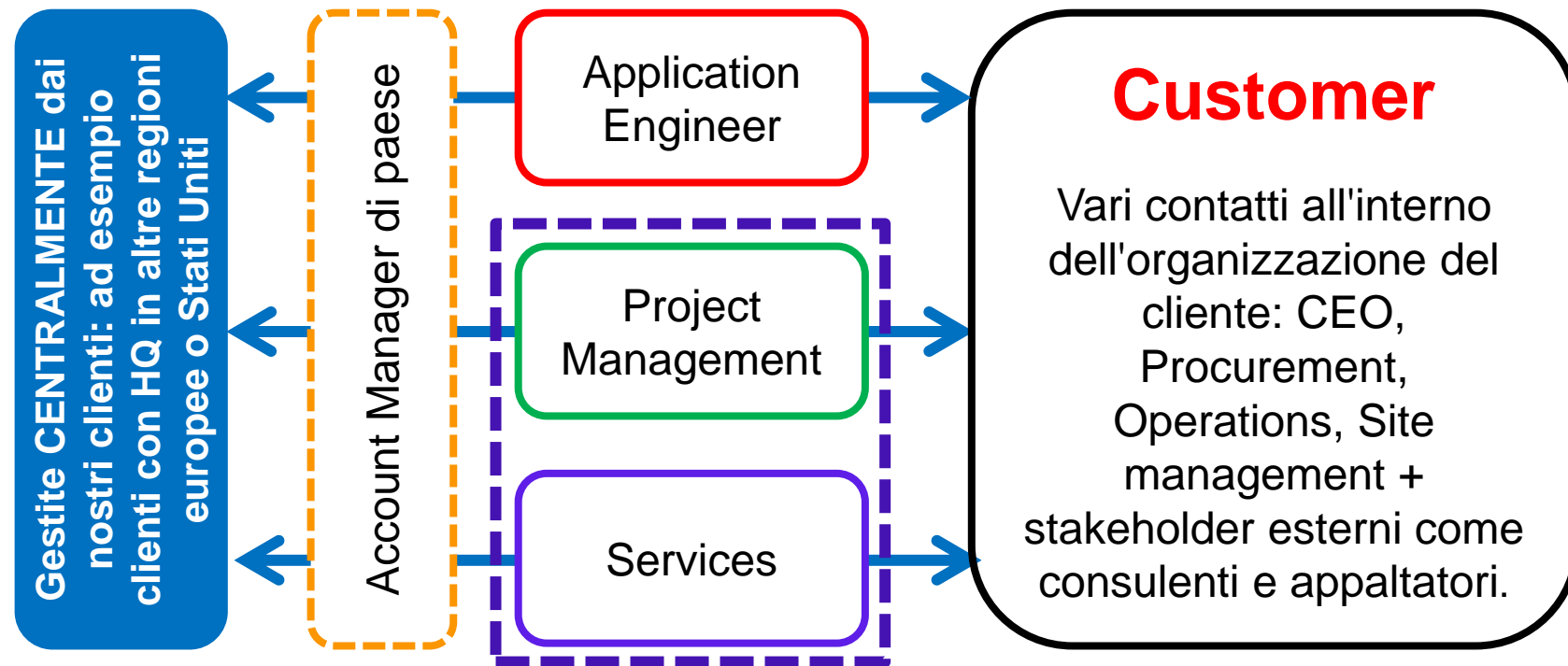
this light, Sam Bainborough is growing his team within the Colocation & Hyperscale Strategic Segment, Federico Mastroiolo is leading the Telco and Edge Deployment Segment, Henk IJspeerd is leading the development of the Retail Segment and Bernd Maja the Commercial and Industrial Segment.

The move will also allow to accelerate talent development by offering structured internal career paths .....

# Numero di Decisori per investimenti importanti



# I vari livelli di relazione con il cliente prima e dopo l'acquisto



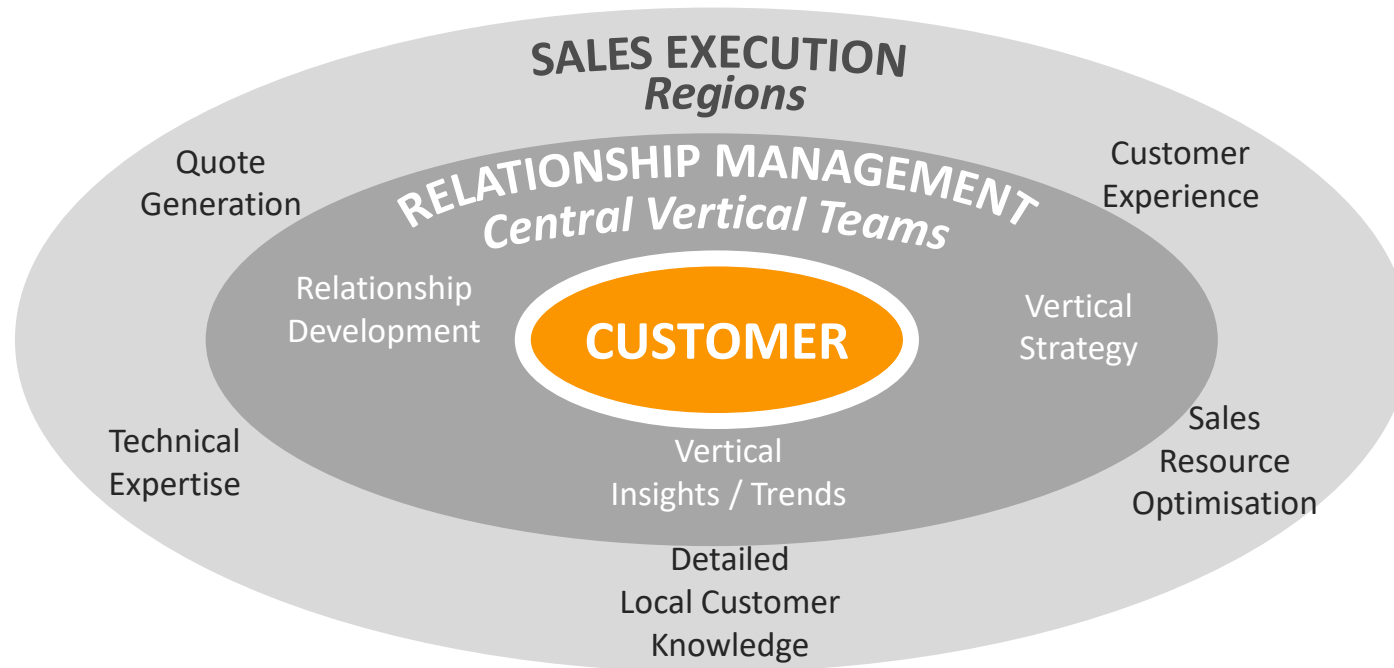
**Regola #4:** conoscere e saper correlare le organizzazioni proprie, dei propri clienti e dei propri competitors

# 1<sup>st</sup> Don't forget everything start and end with the **CUSTOMER**

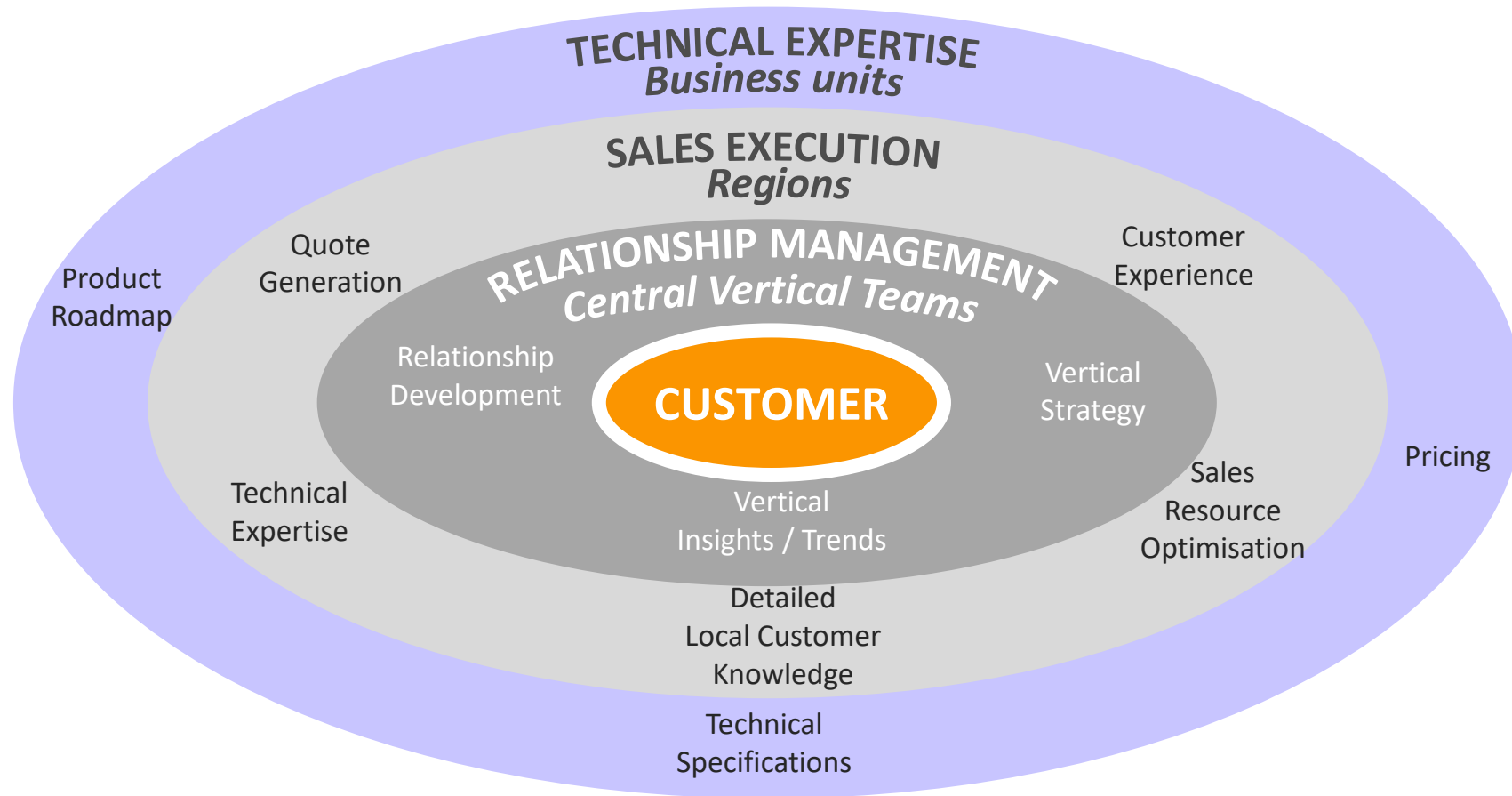




2<sup>nd</sup> often (if not always) we do not SELL, *we enable the customer to purchase*



# 3<sup>rd</sup>: in technology you can't STOP @ the catalogue



# 4<sup>th</sup> Knowledge is power but without a proper execution...



# QR Code con domanda

Sai dare una descrizione sul significato di verticali di business? Testo libero

# QR Code con domanda

Potresti fare almeno 4 esempi di verticali? Testo libero

# Le caratteristiche del Key Account



# Hunters

vs

# Farmers



Orientato al risultato immediato



Orientato a far crescere il business e risultato nel medio lungo termine (*senza scordare il breve*)!!!

# Chi è il Key Account: Hunter or Farmer?

Riccardo inserisci il QR Code con la domanda

Chi è il key account?

1. Hunter
2. Farmer



# Definizione di Key Account Manager



Un **Key Account Manager**, nell'organizzazione aziendale, è una figura professionale a cui sono affidati i rapporti con i clienti più importanti dell'azienda stessa.

E' un ruolo manageriale, guidato da un'**ottica relazionale di medio-lungo periodo**, quindi necessariamente più **analitico** e **pianificatore**.

Al Key Account Manager è richiesta una **leadership commerciale** basata su autorità e autorevolezza.

Le **responsabilità** assegnate, le **attitudini** e le **skill** richieste possono variare moltissimo in funzione del tipo dei clienti gestiti.

# Definizione di Key Account Manager



Un **Key Account Manager**, nell'organizzazione aziendale, è una figura professionale a cui sono affidati i rapporti con i clienti più importanti dell'azienda stessa.

E' un ruolo manageriale, guidato da un'**ottica relazionale di medio-lungo periodo**, quindi necessariamente più **analitico** e **pianificatore**.

Al Key Account Manager è richiesta una **leadership commerciale** basata su autorità e autorevolezza.

Le **responsabilità** assegnate, le **attitudini** e le **skill** richieste possono variare moltissimo in funzione del tipo dei clienti gestiti.

**Necessariamente un farmer...**

# Competenze di un Key Account Manager



Le **principali competenze** di un Key Account Manager sono:

1. Fortissimo **commitment** nella creazione di valore superiore per il cliente
2. Capacità superiori **nell'analisi dei bisogni** del cliente, del suo mercato, del suo business model, delle sue dinamiche finanziarie e della sua complessità organizzativa
3. Capacità di mettere a fuoco le **esigenze nascoste**

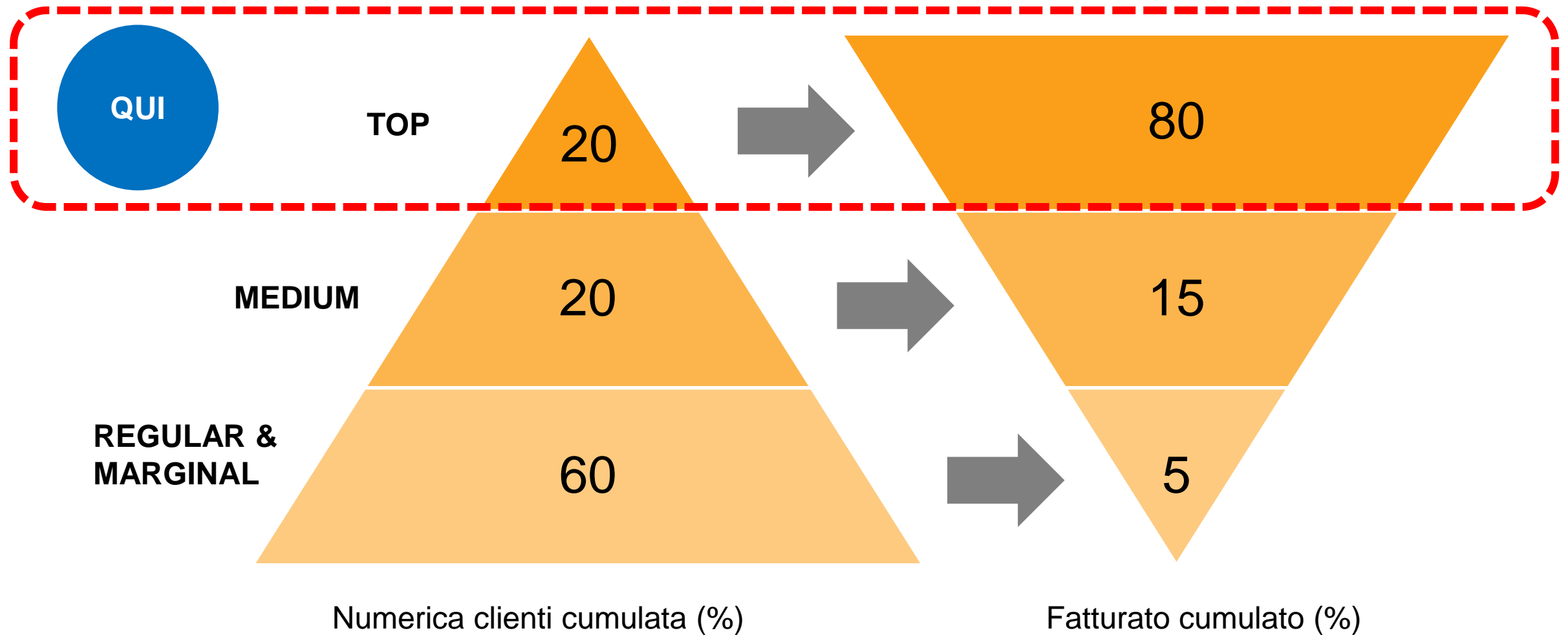
# Competenze di un Key Account Manager



Le **principali competenze** di un Key Account Manager sono:

4. Solida competenza di **marketing planning**
5. **Capacità superiori di problem finding and solving**
6. Conoscenze e competenze avanzate a livello **inter-funzionale**
7. Superiori capacità di **negoziazione e comunicazione** interna ed esterna
8. Capacità di lavorare e condurre un **team**

# Su quali clienti Lavora un key account?



# Un esempio di Job Description per un Account Manager



## Customer Relationship

- a) Interesse verso gli stakeholder e le loro necessità.
- b) identificati e **coinvolte** le figure chiave, mantenendo un costante contatto=interesse nel tempo
- c) Evidenziare l'impegno e **arricchire le conversazioni con il know-how** e la leadership situazionale e tecnologica

## Account Management

- a) Mantenere dettagliati Account Plans per i key accounts di riferimento
- b) Condurre **incontri regolari con i clienti** per stabilire obiettivi comuni e allineare le aspettative.
- c) Organizzare riunioni interne con i player necessari per indirizzare tutti gli aspetti prima-durante-dopo l'acquisto

## Full Portfolio Selling

- a) L'analisi "**share of wallet**" è essenziale per scoprire nuove opportunità.
- b) Impegnarsi nell'espansione del business in tutte le aree rilevanti dell'organizzazione del cliente o del partner, puntando a aumentare la quota di vendita.
- c) Presentare soluzioni personalizzate per soddisfare le esigenze specifiche di ogni stakeholder.
- d) **Condividere informazioni sulle opportunità** multi-linea di business con colleghi pertinenti, compresi quelli delle vendite di prodotti, delle vendite di servizi e delle diverse divisioni aziendali.

## Driving Buying Process

- a) Sostenere gli stakeholder nei **processi decisionali** e nel consenso interno.
- b) Utilizzare il Meeting Planner per preparare riunioni cruciali ed effettuare un follow up con le scadenze definite.
- c) **Presentare** casi aziendali con dati quantificabili per evidenziare il valore delle nostre soluzioni ai clienti.
- d) Conoscere i propri competitor e le loro offerte

## Collaboration

- a) **Collaborare** trasversalmente all'azienda contribuendo a diffondere competenza e conoscenza del business
- b) **Organizzare le riunioni** di gestione degli account multi-team seguendo una cadenza prestabilita, soprattutto per i clienti rilevanti in cui gli account plan sono il punto focale della discussione.
- c) Gestire le **risorse necessarie** per soddisfare le esigenze specifiche dei clienti.
- d) **Comunicare regolarmente** con il senior management riguardo agli account plan e alla strategia complessiva.

## Communication

- a) La **comunicazione** deve essere chiara e aperta garantendo che tutte le informazioni siano tramesse in modo efficace e che ci sia un flusso regolare di feedback.
- b) Definizione chiara degli obiettivi e le aspettative, può includere la definizione di un piano strategico che delinei gli obiettivi a breve e lungo termine, fornendo una roadmap chiara per entrambe le parti.
- c) Nel caso in cui si verificano imprevisti o problemi, è importante che il KAM **gestisca le crisi con professionalità**. Questo include la **comunicazione** tempestiva e chiara sulle sfide incontrate e sulle soluzioni proposte.

Spazio alle domande





# QR Code

Riccardo inserisci un QR Code che porto ad un form con la domanda:

Le tue domande su quanto visto sinora: *campo testo libero*

# Ma cosa sta cambiando intorno a noi?



**Preoccupati più della tua coscienza che della tua reputazione.  
Perché la tua coscienza è quello che tu sei, la tua reputazione è ciò che gli altri pensano di te. E quello che gli altri pensano di te è problema loro.**

**-- Charlie Chaplin**

*Perché oggi è più che mai importante parlare di*

- 1. Coscienza**
- 2. Reputazione**
- 3. Etica**
- 4. Valori**
- 5. ....**

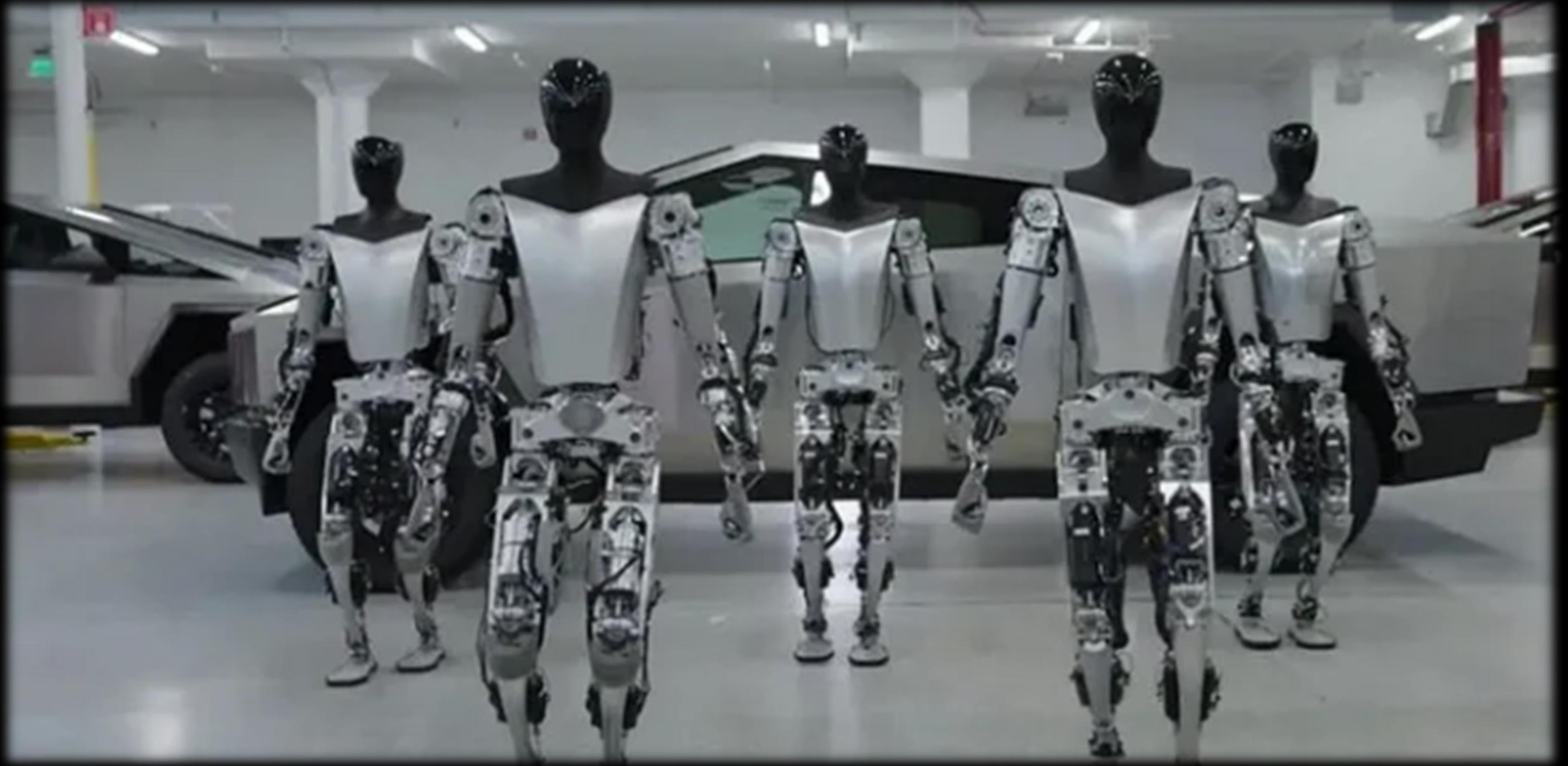
*Perché l'uomo è vissuto per migliaia di anni senza grandi cambiamenti dove questi valori avevano un'importanza fondante. L'evoluzione che c'è stata negli ultimi 70 anni non si è mai esperita prima...*

**Regola #6:** non dimenticare mai i valori e la propria reputazione, oggi più che mai

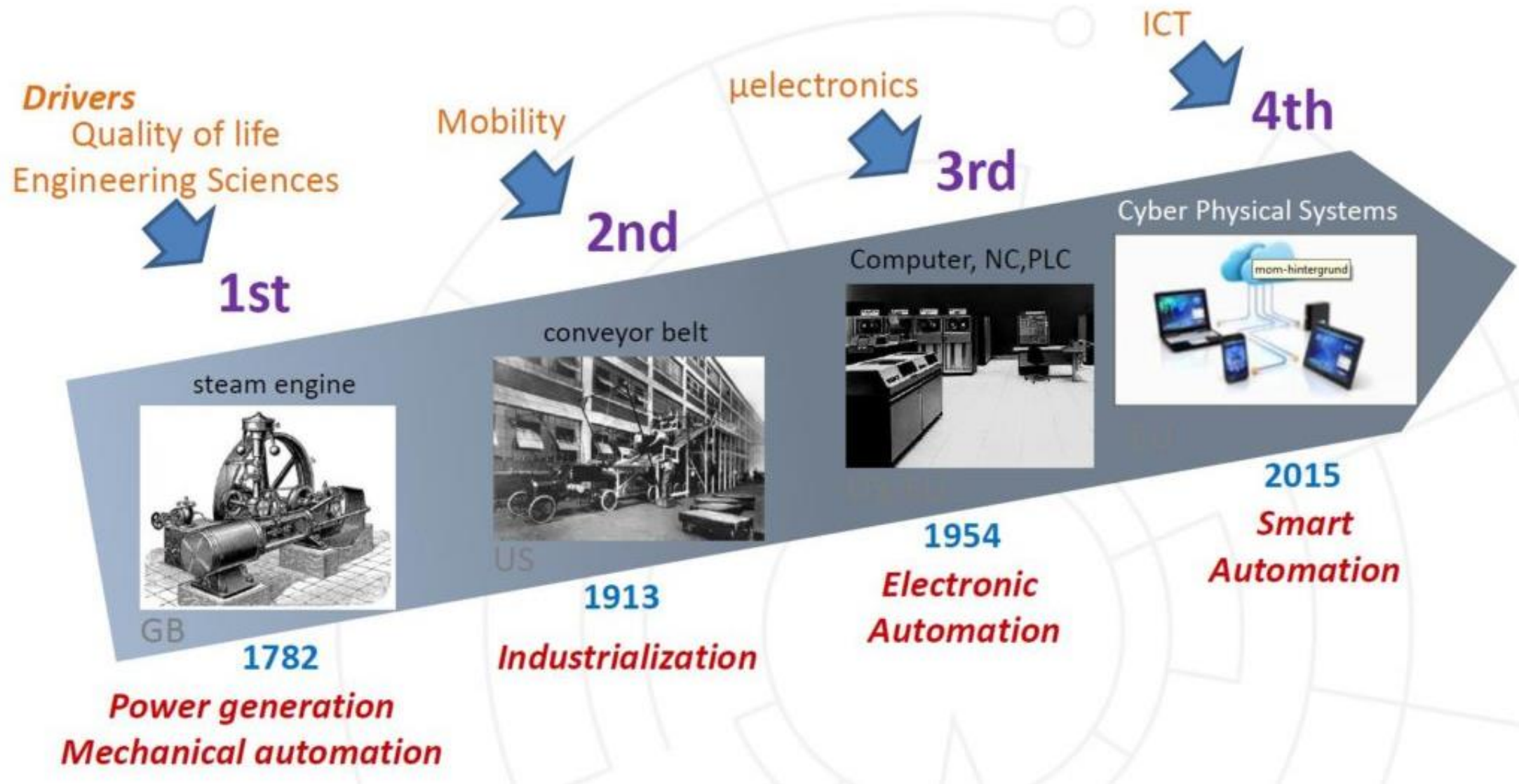
Ma quello che capiterà nei prossimi 5-10 anni ....



Lo scorso anno a novembre abbiamo parlato di *Tesla Optimus*



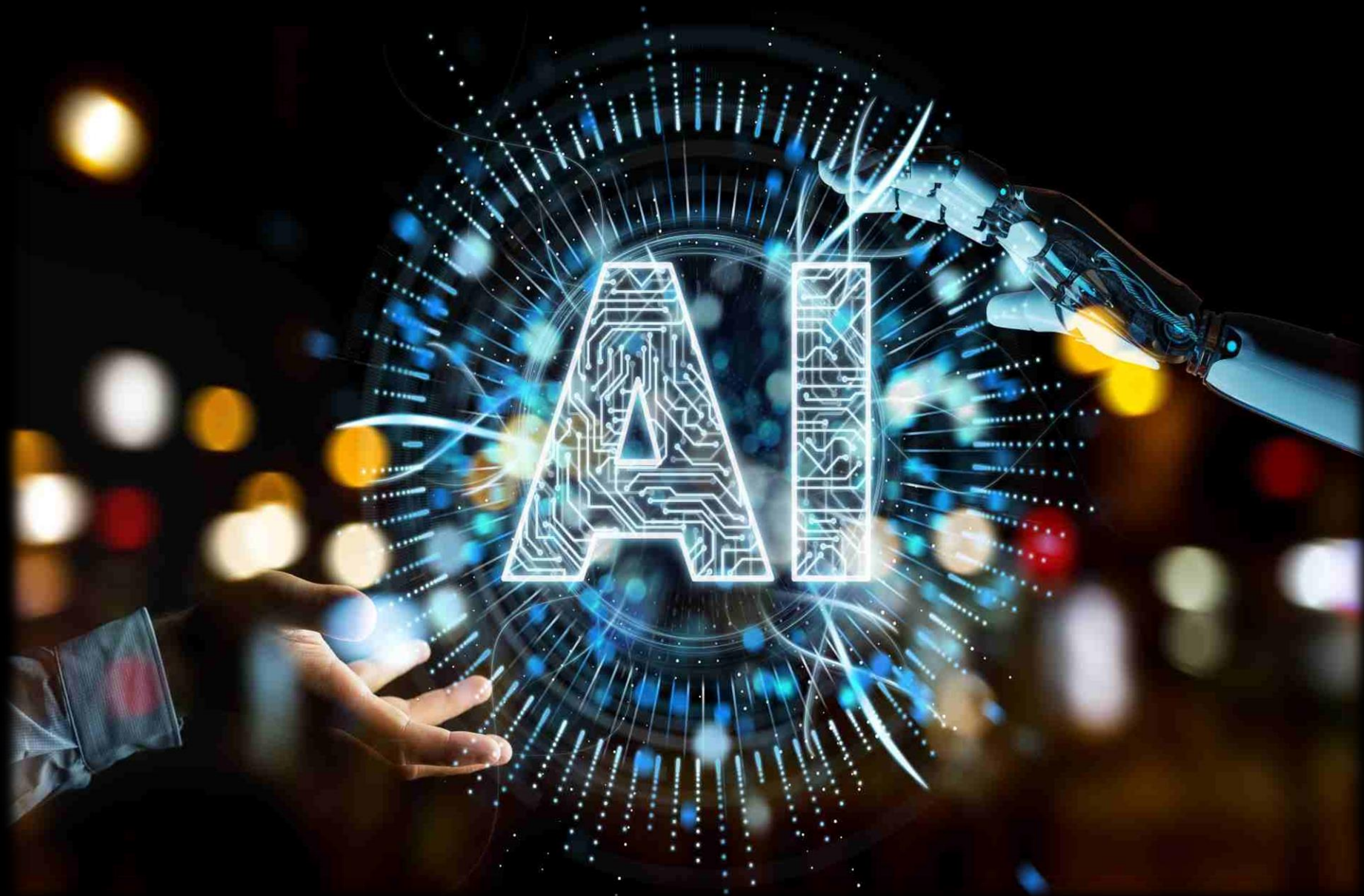
# Ma siamo stati abituati a conoscere le varie rivoluzioni industriali..



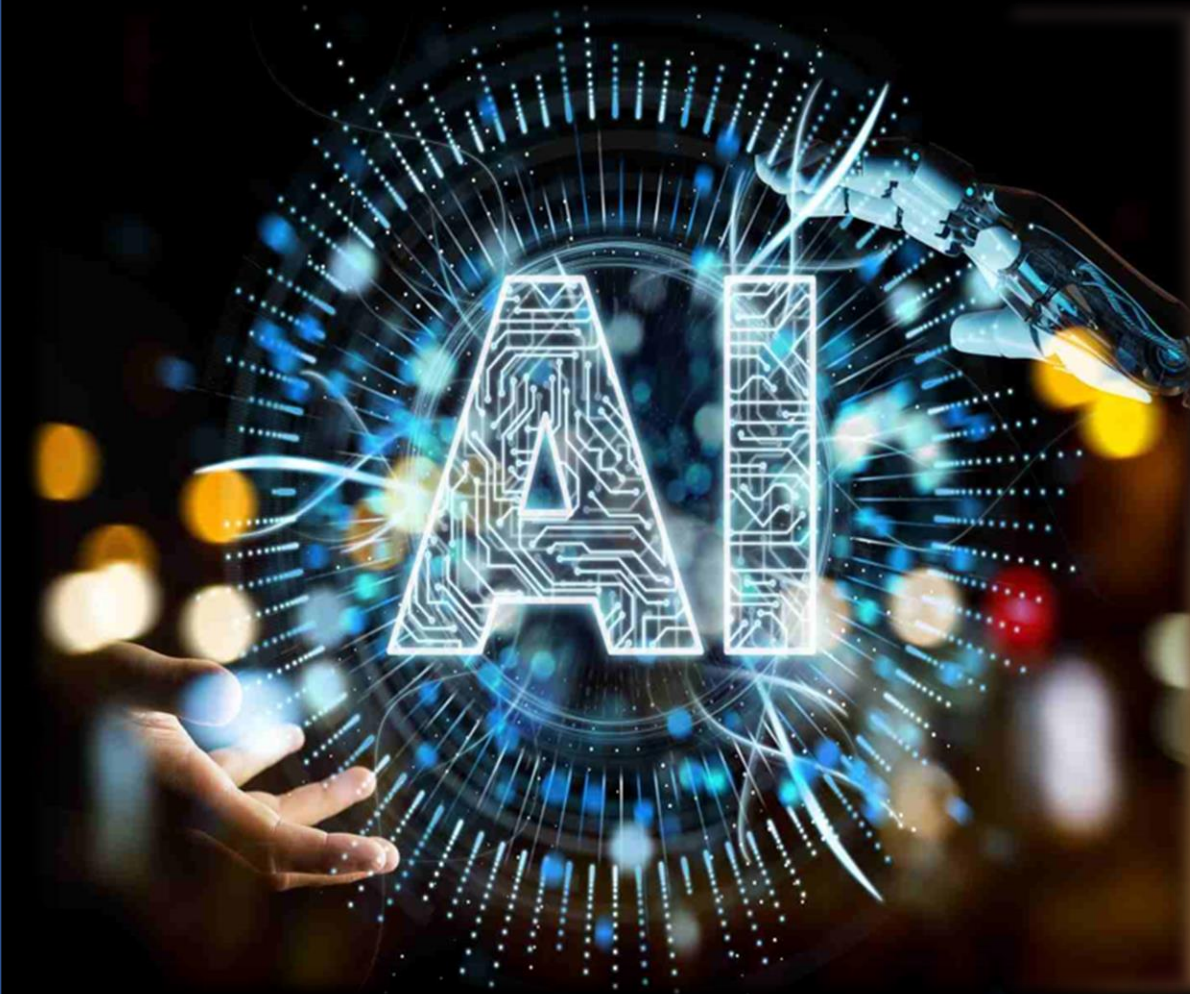
Quest'anno invece abbiamo qualcosa che cambierà  
completamente le nostre vite se non sapremo governarla...



# Artificial Intelligence



Al *generativa* = Oggi definito pappagallo statistico, **per il momento...**



**Regola #7:** approfondire ed evitare le facili scorciatoie euristiche



# Cosa dice Open-AI ... ChatGPT può essere utilizzato come:

- 1. Supporto alle Comunicazioni:** strumento di supporto per migliorare le comunicazioni scritte dei Key Account Manager. Ad esempio, può essere impiegato per redigere email, messaggi di follow-up o documenti di presentazione in modo efficace e professionale. Può essere un'ottima personal assistant.
- 2. Assistenza nella Formazione:** creazione di materiali didattici per la formazione dei Key Account Manager. Può aiutare a sviluppare contenuti chiari e comprensibili per la formazione su tecniche di gestione delle aspettative, comunicazione efficace e altre competenze chiave.
- 3. Analisi dei Dati:** analizzare grandi quantità di dati relativi alle interazioni con i clienti chiave. Può estrarre informazioni significative, tendenze o insights utili per informare le strategie dei KAM.
- 4. Supporto alla Pianificazione Strategica:** contribuire alla pianificazione strategica, fornendo informazioni di mercato, tendenze settoriali o suggerimenti strategici che possono essere utili per i KAM nel formulare le proprie strategie.
- 5. Riconoscimento dei Pattern nei Feedback dei Clienti:** analizzare il feedback dei clienti e identificare modelli o temi ricorrenti. Questo può essere prezioso per i KAM nell'adattare le loro strategie per migliorare le relazioni con i clienti chiave.



Immagini, traduzioni simultanee, analisi, formazione, strategie...



**Regola #8:** conoscere le tecnologie per sfruttarle e non viceversa. Sapersi riqualificare SEMPRE.

Tutto questo è supportato dalla presenza di Potenza di calcolo nei Datacenter



Grandi infrastrutture piene di tecnologia dove molti di voi potranno trovare un lavoro interessante ed entusiasmante. Cercate informazioni sul sito di IDA, Italian Datacenter Association

# Data Center

**Non si vedono, si sentono poco o niente, usano energia, sono portatori di valore grazie alle aziende che ne forniscono i servizi:**

- **Microsoft**
- **Oracle**
- **Meta**
- **AWS**
- **Apple**

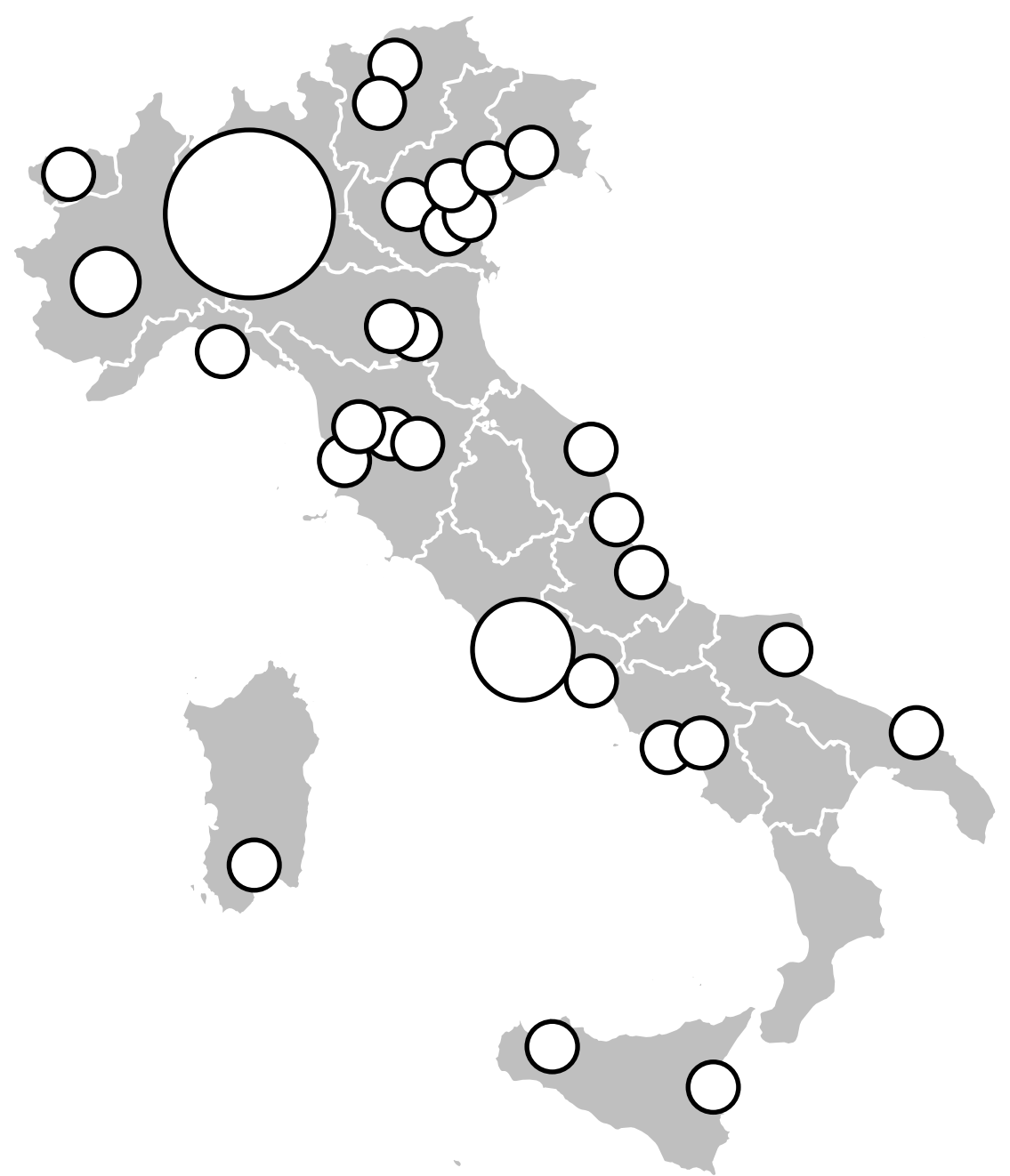


- a) Senza i datacenter nel territorio le applicazioni “Cloud non sarebbero realmente fruibili a causa delle latenze” come pure i programmi in alta definizione e 4k risulterebbero impossibili da fruire per non parlare delle transazioni di borsa ed il gaming...
- b) La condizione sine qua non per l’Intelligenza Artificiale è la disponibilità di Potenza di Calcolo. La Potenza di calcolo viene Sviluppata nei Datacenter.
- c) **L’Italia arriva dopo gli altri paesi e siamo giusto nel momento di crescita degli investimenti. Ragazzi, guardateci e dateci dentro!**

# Data Center in Italia

- Numero stimato Data Centers: 160-170 (\*)
- Potenza design dichiarata: 500 MW
- Potenza effettiva stimata: 250-300 MW
- Potenza realmente utilizzata: 150-200 MW

(\*) DC Provider, esclusi Enterprise Data Center



# I Datacenter in Europa

**I mercati europei FLAP hanno 2.000 MW di data center**



Frankfurt



Amsterdam



London



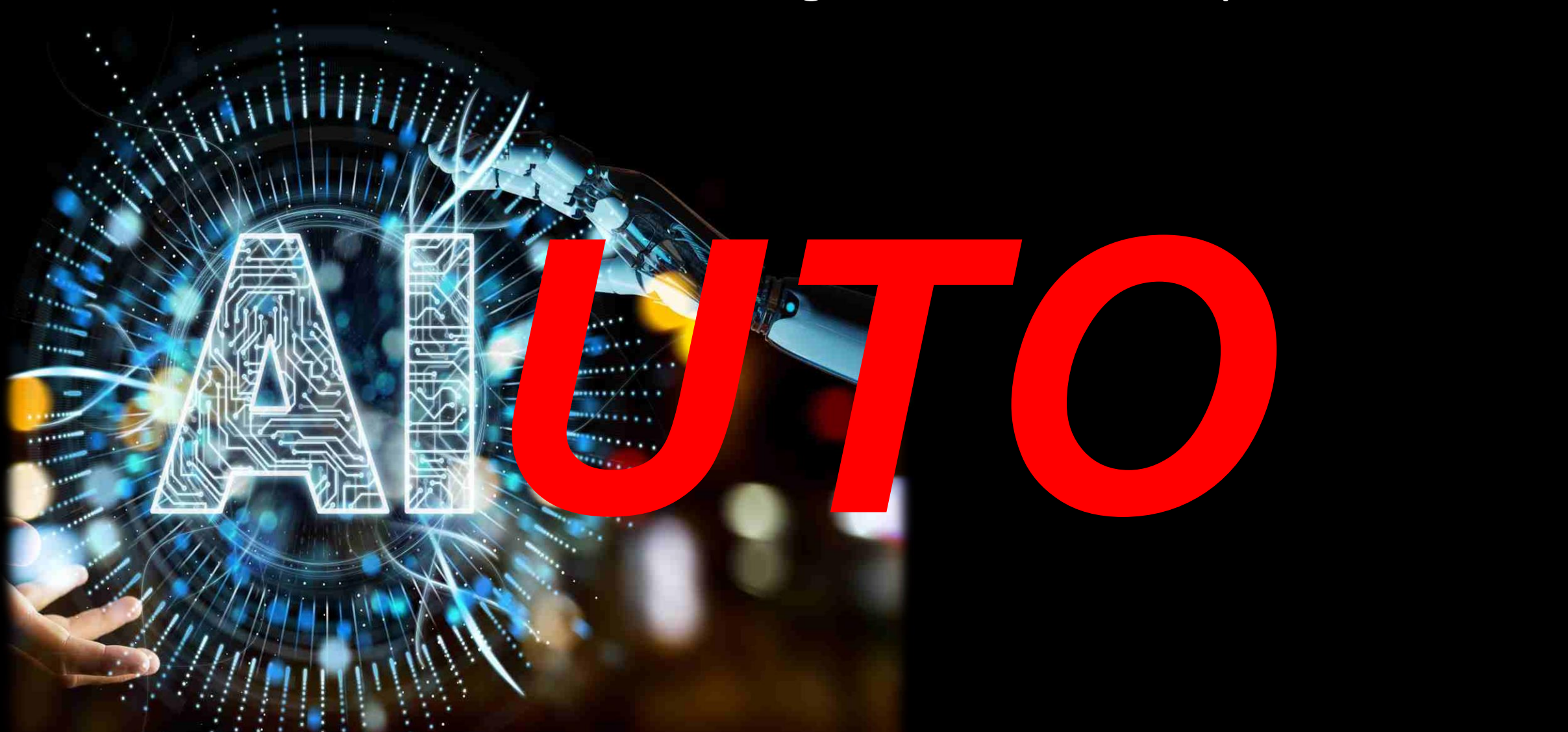
Paris

...Il passato è dietro a noi e lo conosciamo



*Il futuro è davanti a noi e dobbiamo imparare a riconoscerlo!*

Facciamo sì che le nuove tecnologie siano un aiuto per l'umanità



*..e non che l'umanità sia costretta a gridare aiutoooo!*



***Ragazze e Ragazzi,  
Voi Potete cambiare il mondo.***

**Regola #9:** La strada che porta al domani è iniziata ieri.

*Questions TIME*

**Regola #10:** Never give up!