Zeitschrift: Rivista Militare Svizzera di lingua italiana : RMSI
Herausgeber: Associazione Rivista Militare Svizzera di lingua italiana
Band: 92 (2020)
Heft: 1

Artikel: Il Comando istruzione ha raggiunto i propri obiettivi
Autor: Annovazzi, Mattia
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-913780

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 14.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Il Comando istruzione ha raggiunto i propri obiettivi

Esercito svizzero

La storica caserma di Aarau "an Laurenzenvorstadt", sorta negli anni 1847-49 e che ha visto avvicendarsi truppe di fanteria e cavalleria, la musica militare e ancora di fanteria, oltre alla sede del comando della div ter 2, il 19 novembre scorso ha ospitato il rapporto dei quadri, quest'anno all'insegna della centralità dell'essere umano nell'esercito, come intesa e vissuta dal capo uscente del Cdo istr.

colonnello Mattia Annovazzi

Retrospettiva

Il cdt C DANIEL BAUMGARTNER, capo Cdo istruzione, ha ribadito l'importanza di fornire ai giovani quadri non solo conoscenze pratiche, ma anche sicurezza in sé stessi. "Occorre renderli più apprezzati dai datori di lavoro, ritenuto l'assoluto valore aggiunto della formazione alla condotta che portano". Importante la novità del conto formazione anche per i sottufficiali. L'esercito deve rendersi nuovamente più visibile, essendo una componente ovvia della società: "i giovani mostrano chi siamo, cosa facciamo e cosa significa adempiere ai propri obblighi nei confronti del paese e dei propri concittadini".

Aziende che non accettano che loro i dipendenti si impegnino in una carriera militare e che non la comprendono come valore aggiunto di formazione anche per le loro aziende, "se si tira un bilancio, non potrebbero entrare in considerazione come datori di lavoro per i nostri giovani quadri, consci dei loro obblighi. Il *mind set* non corrisponde. Può veramente un giovane quadro lavorare in un ambiente che non corrisponde ai suoi valori? Occorre riportare il tutto sulla giusta via, non solo vivendo, ma anche comunicando i giusti valori: cameratismo, solidarietà, essere insieme e insieme raggiungere qualcosa, realizzare qualcosa insieme nella vita reale, qui e ora, a quattr'occhi, non attraverso uno schermo". "L'esercito è una macchina d'integrazione formidabile" – ha continuato BAUMGARTNER –; "ci sono solo due condizioni per fare parte del *team esercito*: essere svizzeri e abili al servizio. E questo è anche un valore, nella misura in cui accettiamo persone così come sono e dove ci sono, con punti di forza e debolezza. Chi si decide contro il servizio militare, spesso per mancanza di conoscenze, è personalmente responsabile. Lui o lei perdono possibilità di integrazione e di prestazione. Chi è da noi giudica positivamente l'ambiente militare e i compiti svolti".

Per il secondo anno di fila ha mostrato i risultati del sondaggio effettuato alla fine della scuola reclute da soldati e quadri (quota di partecipazione del 95%, tutti i formulari consegnati sono stati considerati): "i sdt hanno valutato il cameratismo con molto buono (4 su 5 punti). L'affermazione "sono pronto a combattere per il mio paese" è stata valutata dalla maggior parte dei partecipanti al sondaggio con 3.1 punti. "Si tratta di un messaggio politico". Nei quadri i risultati sono stati simili, risultando ancora più motivati (3.5 punti), a conferma della via intrapresa. BAUMGARTNER ritiene che le cose vengano fatte con convinzione e passione, auspicando che ricevano allo stesso modo lealtà e seguito anche i suoi diretti subordinati e collaboratori, ma anche il nuovo capo Cdo istr, (ancora) div HANS-PETER WALSER. "Occorre dirsi che ogni milite che entra in servizio è motivato. Se no come ci si spiega che

12 000 reclute entrano in servizio in gennaio per ritirare 40 kg di materiale, un paio di scarpe non proprio comode e vivere all'aperto quando è umido e fa freddo. Occorre rallegrarsi di questi concittadini e del loro valore, per la sicurezza e la libertà".

BAUMGARTNER ha conferito il nuovo nastro (ribbon) per prestazioni straordinarie del C Es alla sdt ANTIGONA KALIMASHI, per il coraggio civile dimostrato, sabato 26 giugno 2019, durante il primo fine settimana della scuola reclute, nel soccorso e salvataggio di una giovane donna gravemente ferita dopo essere stata investita da un treno alla stazione di Friborgo.

"Customer Journey"

Il prof. dott. CHRISTOPH MÜLLER dell'Università di San Gallo, insieme a un suo studente, ha presentato i risultati emersi da un seminario, che dal 2017 affronta per la durata di un semestre un tema assegnato dal Cdo Istr. Il secondo studio svolto ha riguardato come conquistare i giovani in favore dell'esercito e con quali mezzi più adeguati: "*Customer Journey*" – *Bindung der Jugendlichen an die Armee*.

Il concetto di estrazione economico-aziendale "viaggio del consumatore" esamina il processo di interazione tra consumatore e azienda, in questo caso tipologie di giovani per categorie di provenienza ed età (*players*) e l'esercito, suddividendolo in tappe *online* e *offline* denominate *touchpoint*, cui vengono fatti corrispondere dei momenti chiave (*awarness, favorability, consideration, intent to participate, conversion*).

Il primo team di ricerca (media offline) si è occupato di definire i messaggi chiave per raggiungere dal profilo emotivo i *gruppi target* così da poter sviluppare delle *strap line*. Dal profilo empirico la ricerca ha riguardato 2264 partecipanti, di cui 931 dei gruppi target e il 58% di donne. Queste sono state le deduzioni sui messaggi chiave: donne e uomini sono collegati all'esercito dagli stessi (30) concetti; dal profilo del gradimento dei concetti non vi è differenza tra generi; importanti concetti per la comunicazione, da tradurre in *strap line*, sono amicizia, cameratismo, rispetto, famiglia, responsabilità, sport e fitness; diversi concetti devono ancora essere collegati con il militare (famiglia, amicizia, rispetto); la comunicazione deve essere differenziata soltanto in maniera minima tra generi; l'unica grande differenza risiede nel minore apprezzamento delle armi da fuoco da parte delle donne.

Come indicato, i concetti più graditi conducono alla creazione di *strap line* (es. Sport/fitness: Esercito svizzero – oltre i tuoi limiti oppure *Aufgeben kannst du bei der Post*; come *claim/headline* per affermare in modo sintetico un messaggio con forza e incisività, capace di mettere in risalto qualità e unicità).

Secondo il sondaggio effettuato è importante creare punti di contatto fisici, ritenuto che proprio le donne cercano maggiormente questo tipo di contatto, ma anche occasioni quali la possibilità di accompagnare un milite in servizio o visite dell'esercito nelle scuole.

Il secondo team di ricerca si è occupato di "contesto e modelli di riferimento" con lo scopo di dedurre misure concrete per una strategia di comunicazione. Importante, ad esempio l'influenza dell'opinione del padre di famiglia verso l'esercito (origine sociodemografica): i risultati più sfavorevoli all'esercito (NPS

Soldatenbefragung
Enquête auprès des soldats

Fragen (Soldaten)	RS 1/18	RS 2/18	RS 1/19	RS 2/19
Ich bin motiviert, Militärdienst zu leisten	2.7	2.8	2.7	2.8
Die Ausbildungen, die ich erhalte, sind gut.	3.1	3.1	3.1	3.2
Ich fühle mich in der Lage, meine erhaltenen Ausbildungen im Einsatz einzusetzen.	3.2	3.3	3.2	3.3
Meine Vorgesetzten behandeln mich anständig.	3.7	3.7	3.6	3.6
Das Klima in meinem Zug/Gruppe ist kameradschaftlich.	4.0	4.0	3.9	4.0
Der Dienstbetrieb ist gut organisiert.	2.5	2.5	2.6	2.6
Der Tagesbefehl stimmt im Normalfall.	3.1	3.1	3.1	3.1
Ich habe genügend Frei- und Ruhezeit.	2.6	2.9	2.8	2.9
Ich wurde über meine ausserdienstlichen Rechte und Pflichten orientiert.	3.1	3.2	3.3	3.4
Ich bin bereit, für mein Land zu kämpfen.	3.1	3.1	3.1	3.1

Kaderbefragung
Enquête auprès des cadres

Fragen (Kader)	RS 1/18	RS 2/18	RS 1/19	RS 2/19
Ich bin motiviert, Militärdienst zu leisten	3.4	3.5	3.4	3.5
Die Ausbildungen, die ich erhalte, sind gut.	3.3	3.3	3.3	3.3
Ich fühle mich in der Lage, meine erhaltenen Ausbildungen im Einsatz einzusetzen.	3.5	3.6	3.5	3.5
Meine Vorgesetzten behandeln mich anständig.	2.7	2.9	3.0	3.0
Das Klima in meinem Zug/Gruppe ist kameradschaftlich.	3.6	3.6	3.6	3.6
Der Dienstbetrieb ist gut organisiert.	3.8	3.8	3.8	3.9
Der Tagesbefehl stimmt im Normalfall.	2.8	2.9	2.9	3.1
Ich habe genügend Frei- und Ruhezeit.	3.2	3.2	3.1	3.3
Ich wurde über meine ausserdienstlichen Rechte und Pflichten orientiert.	3.0	2.9	3.0	2.9
Ich bin bereit, für mein Land zu kämpfen.	3.7	3.7	3.6	3.7

negativo) si ottengono su giovani tra i 14 e i 18 anni che non hanno avuto alcun legame con l'esercito. Il *Net Promoter Score* (NPS) valuta in che misura un utente consiglierebbe un'impresa, un prodotto o un servizio ad amici, parenti o colleghi. Se si è soddisfatti si tende a proporre una data esperienza anche ad altri. Occorre quindi chiedersi: attribuendo un valore tra 0 e 10 quanto si consiglierebbe un'esperienza a un amico, un parente, un collega? Le possibili risposte alla domanda sono suddivise in tre categorie (i promotori: coloro che rispondono 9 o 10; i passivi: coloro che rispondono 7 o 8; i detrattori: coloro che rispondono da 0 a 6). Il NPS si calcola sottraendo la percentuale di detrattori alla percentuale di promotori ottenuta (il risultato però non viene espresso in punti percentuale, ma come numero assoluto compreso tra -100 e + 100).
Le deduzioni proposte da questo gruppo sono state che la chiave di successo è l'informazione, che i militi attivi o che lo sono stati parlano meglio dell'esercito (ma anche chi non presta e non ha prestato servizio parla comunque di esercito e negativamente, ciò che porta a una sorta di doppia negatività), che famiglia e amici hanno un influsso determinante e che i fattori critici di successo per il futuro sono, da un lato, che il pubblico target è predisposto in modo più negativo verso l'esercito rispetto alle vecchie generazioni, e, d'altro lato, che indipendentemente dal formato media utilizzato si parla in termini maggiormente negativi sull'esercito.
Cruciale, quindi, appare essere la creazione di un legame emotivo con i gruppi target, da costruire prima dei 18 anni, quindi ben prima delle giornate informative.

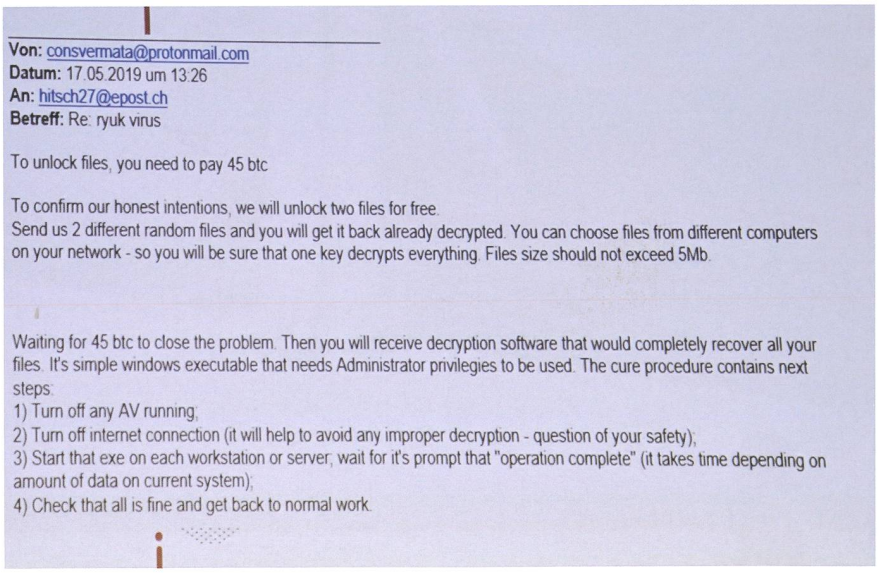
Il terzo team di ricerca (media online) aveva l'obiettivo di fare proposte concrete per possibili formati online. Un'app centralizzata costituirebbe un vantaggio per l'esercito. Le nuove tecnologie permettono formati interattivi nella comunicazione con i gruppi target. TIL R. FINK ha proposto un'app, con una piattaforma interattiva in cui un giovane può informarsi e divenire virtualmente parte dell'esercito, in modo anche ludico (*Military Journey App*).

Visti i risultati positivi ottenuti, il Cdo istruzione intende lanciare un terzo studio.

Attacco cyber a una PMI

"Siete già stata hackerati trovandovi con uno schermo nero e un teschio?" Questa la domanda iniziale posta da MARTIN KELTERBORN, CEO della Offix Holding AG e *key note speaker* della manifestazione.
Nel maggio 2019 la sua azienda ha subito un attacco, tramite un *Emotet* (un "infiltratore" che apre una via di comunicazione) e un *Trickbot* (virus che scansiona tutto il sistema trovando codici di sicurezza, password ecc.), contenuto in una semplice e-mail con un allegato, riguardante un'informazione di tipo commerciale, con il risultato di una paralisi di tutto il sistema informatico della società, dapprima manifestatosi in un malfunzionamento di qualche sistema interno, apparentemente subito messo in quarantena, ma poi di tutto il sistema e degli acquisti online.
A quel punto lo specialista IT gli ha detto che "non aveva più nulla, più nessun dato nei sistemi". *Infiltrieren, aufklären, anfgreifen, zerstören*; queste modalità gli erano note come ufficiale granatiere carrista, ma l'incubo ora era iniziato nella sua azienda, "attacco portato avanti con incredibile energia criminale e furbizia". Un certo RYUK gli chiedeva il pagamento di 45 bitcoin (pari a circa fr. 410 000.–) per liberare sistemi e files.

Di cosa parlano? Cosa sono i btc? Come gestire questa estorsione? Prepararsi a pagare, stabilire quale tattica seguire per negoziare (negare, ignorare, ritardare, dare feedback alla polizia cantonale o a MELANI [Centrale d'annuncio e d'analisi per la sicurezza dell'informazione]), decifrare i codici di sicurezza IT, definire i rischi rispettivamente le risorse di cui si disponeva, coinvolgere degli specialisti in cibercriminalità. Occorreva decidere velocemente e in poche ore, cercando di evitare la morte dell'azienda, di mantenere il valore a qualunque costo, di decidere se togliersi dal business oppure no. A suo tempo aveva seguito dei corsi in cui si parlava di disinfezione, decontaminazione, quarantena, ma ora?
Così consigliati hanno "staccato le prese", organizzato una nuova pagine internet e un indirizzo gmail per informare i clienti. A questo punto erano *offline*. Il problema era disporre di uno stato della situazione da parte dello specialista IT, che è giunto nel pomeriggio: "i sistemi erano stati cifrati o cancellati, l'80% non c'era più". Hanno così acquistato 15 laptops per poter lavorare.


Von: consvermata@protonmail.com
Datum: 17.05.2019 um 13:26
An: hitsch27@epost.ch
Betreff: Re: ryuk virus

To unlock files, you need to pay 45 btc

To confirm our honest intentions, we will unlock two files for free.
Send us 2 different random files and you will get it back already decrypted. You can choose files from different computers on your network - so you will be sure that one key decrypts everything. Files size should not exceed 5Mb.

Waiting for 45 btc to close the problem. Then you will receive decryption software that would completely recover all your files. It's simple windows executable that needs Administrator privilegies to be used. The cure procedure contains next steps:
1) Turn off any AV running;
2) Turn off internet connection (it will help to avoid any improper decryption - question of your safety);
3) Start that exe on each workstation or server; wait for it's prompt that "operation complete" (it takes time depending on amount of data on current system);
4) Check that all is fine and get back to normal work.

La ricostruzione sarebbe durata dalle 4 alle 6 settimane (piano A), ma senza poter lavorare e fornire i prodotti. Il piano B di rinviare i clienti a dei concorrenti non era in linea con la volontà di salvare l'azienda, ovvero creare valore a tutti i costi. Lo scoramento iniziale era forte e poi è seguita la rabbia, che ha dato loro energia per sopravvivere. Nel giro di 48 ore hanno deciso di non pagare e di opporsi a questo tentativo di estorsione (piano C).

La speranza si fondava su due motivi. L'hacker aveva fatto un errore: aveva bruciato un ponte a un back-up e quindi non poteva più accedervi, ciò che ha permesso all'azienda di servirsene per quattordici giorni; inoltre, per fortuna, richiamando un collaboratore del reparto IT, quest'ultimo si è ricordato di aver avuto una copia separata di alcune interfacce che erano state distrutte, anche "se non avrebbe potuto tenerle su un qualunque scaffale".

KELTERBORN, già I ten granatiere carrista, ha affermato di aver saputo gestire la situazione, soltanto grazie alla formazione militare ricevuta. In questa situazione di caos organizzativo ha proceduto come avrebbe fatto nell'esercito, usando ad esempio un ordine del giorno secondo il classico schema a 5 punti e sviluppando un'organizzazione di crisi e una sala di condotta con flipchart, il tutto per forza di cose anche molto cartaceo e tradizionale.

Il marketing avrebbe installato e gestito il posto comando. Tutto il reparto acquisti è stato subordinato a quello di vendita. Il reparto finanze avrebbe fatto da servizio telefonico per il reparto IT. L'obiettivo era stabilizzare la situazione affinché non andasse distrutto altro, poi sanare a medio termine e ricostruire nel seguito. Il *wording* è diventato bellico, si sono trovati come in una *war room*: data d'ordine e distribuzione del materiale e delle pennette usb. Dopo aver pareggiato le conoscenze con i collaboratori è iniziata una fase di rabbia e lacrime: "non è un esercizio".

I contraccolpi sono stati diversi: all'inizio non funzionavano i fax, gli indirizzi gmail non permettevano la trasmissione delle comunicazioni ai clienti dopo il terzo pacchetto di 50 indirizzi. A questo punto hanno ricevuto una comunicazione dalla MELANI, che li informava di essere stati hackerati (ndr. risata generale dall'uditorio) anche se nel seguito hanno ricevuto un certo supporto anche da loro. La protezione tiene, gli specialisti erano al lavoro e vigilavano sui sistemi. Andava assicurato un minimo di continuità aziendale, a partire dal pagamento dei salari e dai rapporti con le banche. Peccato che una parte di clienti, dopo aver saputo dell'accaduto hanno comunicato che preferivano orientarsi sui concorrenti in considerazione delle difficoltà che stava vivendo l'azienda. Un "malcompreso senso di

riguardo", visto che avevano bisogno di fare cifra d'affari. Nel seguito MELANIE li ha informati che vi era ancora un flusso di dati sospetto dai sistemi dell'azienda. È emerso che vi era ancora un virus in uno schermo.
Da rilevare che a seguito di questo attacco di ingegneria sociale, i collaboratori non osavano aprire la posta elettronica in entrata e lavoravano in modo insicuro ed esistante. Anche un messaggio su un certificato scaduto di una licenza di un programma suscitava agitazione eccessiva.
Nel giro di un fine settimana il settore IT ha organizzato nuovi sistemi più sicuri e riprogrammato diverse interfacce che erano andate perse. In due settimane si è potuti ritornare *live*. Grazie al supporto di specialisti cyber esterni e di tecnologia interni è stato possibile salvare l'azienda.
Quattro fattori sono stati decisivi: fortuna, errori da parte dell'hacker, collaboratori leali e buoni partner, gestione della crisi da parte dei quadri.

Gli insegnamenti, secondo lo schema enunciato-deduzione-conseguenza, sono stati i seguenti:

- *Velocità:* la reazione è stata troppo lenta ("46 ore prima di staccare le spine"). Troppo a lungo non sono stati coscienti che un attacco era avvenuto. Il reparto IT pensava di poter risolvere il problema da solo. Occorre un processo standardizzato che permetta di disinserire i sistemi più indipendentemente dall'apprezzamento umano.
- *Fiducia nella propria infrastruttura IT:* gli specialisti interni ed esterni avevano ritenuto che l'azienda disponesse di una buona sicurezza IT. Specialista è un termine relativo se misurato a queste nuove minacce. Occorre svolgere degli attacchi simulati.
- *Comunicazione interna:* i collaboratori necessitano informazioni comprensibili. Serve accompagnamento anche a livello emozionale e presenza dei capi. Occorre un preciso ritmo di condotta e una comunicazione anche visiva e simbolica. La comunicazione resta una responsabilità dei capi e non va delegata.
- *Colli di bottiglia:* nella sicurezza IT la responsabilità è affidata normalmente a una persona, internamente come esternamente. La loro disponibilità è limitata a circa 18 ore al giorno. Occorre conoscere questi colli di bottiglia e avere un piano B.
- *IT:* erano convinti di disporre di una buona sicurezza, lo "stato dell'arte". Hanno utilizzato in modo efficiente un'architettura IT subottimale. Occorre disporre di back-up separati come in passato.
- *Risorse:* le risorse umane a disposizione reggono al massimo 36 ore e questi casi superano le loro forze. Non bisogna esitare a "iniettare" risorse umane supplementari. Occorre conoscere gli indirizzi dei punti di contatto prima che queste situazioni avvengano.
- *Condotta da parte del CEO:* sarebbe andato in trincea personalmente, ma era inutile. Normalmente questa figura coordina e pianifica ciò che in concreto è insoddisfacente. Un CEO non deve disturbare i lavori, ma tenere la giusta pressione e prendere decisioni previsionali, anche se si rende conto che controlla poco dell'ambiente che è chiamato a gestire.
- *Condotta in generale:* "se un equipaggio funziona si vede nella crisi". Nei periodi tranquilli, tuttavia, non vanno fatti compromessi con il personale e non vanno favorite forme falsa di considerazione: non va fatta alcun compromesso sulle posizioni dirigenti (e a ogni livello) per quanto riguarda il carattere e la buona personalità dei singoli individui (Persönlichkeit schlagt Leistungsausweis).
- *Organizzazione:* occorre definire un incaricato responsabile per la sicurezza IT. Le conoscenze IT devono essere presenti anche a livello consiglio di amministrazione.
- *Sensibilizzazione dei collaboratori:* in azienda è stato creato un "giorno della memoria" e un punto di contatto e un numero telefonico di emergenza.

Le conclusioni del relatore sono state chiare: "è un errore ritenere che non si potrebbe essere obiettivi da parte di hacker, che si sia sicuri a livello IT, che un attacco possa essere gestito soltanto con risorse interne, che il proprio partner IT disponga in questi casi di sufficienti risorse e tempo per noi, che i propri collaboratori possano riconoscere dei ciberattacchi, che la situazione in caso di attacco non peggiori e che le assicurazioni cyber siano una soluzione contro degli attacchi di hacker".

Passaggio di comando

È stato l'ultimo rapporto per il cdt C BAUMGARTNER che ha passato il comando al div HANS-PETER WALSER, sino al 31 dicembre 2019 comandante della divisione territoriale 2.
Il C Es, cdt C PHILIPPE REBORD, ha sottolineato che il passaggio di comando è una delle più nobili forme di cambiamento nell'esercito e testimonia che il comando e il relativo potere decisionale sono limitati nel tempo: gli uomini passano, le bandiere e gli stendardi restano, quale simbolo della permanenza del nostro esercito.
Ha quindi espresso le seguenti parole di ringraziamento e lode: "possiamo prendere tutti come esempio la tua passione e il tuo impegno; impegno che BAUMGARTNER ha mostrato in ogni funzione, sia come capo della Base logistica dell'Esercito dal 2010, come comandante delle Forze terrestri dal 2016 e come capo Cdo istr dal 2018". In quest'ultima funzione ha saputo dare molti impulsi decisivi: i giorni joker, il principio di istruzione PROGRESS, il conto formazione, la Sport-App o l'intensificazione dei rapporti tra esercito e formazione. "La tua umanità è esemplare. Spero che ti sia utile quale attaché militare a Washington. Grazie che ti rimbocchi ancora le maniche e che continui a lavorare: Ti auguro la necessaria 'fortuna del soldato' per i tuoi prossimi impegni". In riferimento al diploma di allenatore nazionale di cui dispone dal 2000, il C Es ha affermato

che "quale quarterback saprà organizzare e leggere il gioco".
In seguito, ha condiviso con i presenti anche alcuni aspetti decisivi riguardo al div WALSER nell'ottica della nuova funzione: "conosce al meglio le necessità dei Cantoni, da un lato, e la collaborazione con i governi cantonali e i direttori di giustizia e polizia è stata molto positiva finora. In quanto già capo della pianificazione nell'esercito e sostituto capo dello stato maggiore dell'esercito e dal 2013 capo dello stato maggiore dell'esercito conosci bene Berna". "Entrambi" – ha chiosato REBORD – "sono sostenitori convinti dell'esercito come sistema complessivo e del principio di milizia".
Nel suo primo intervento, WALSER ha sottolineato che il passaggio simbolico di un comando è sempre un momento speciale ed emozionante. È cosciente delle nuove responsabilità che comporta e l'affronterà con rispetto e umiltà. Si rallegra per la nuova sfida e intende proseguire sulla via tracciata: "ho la fortuna di poter riprendere un team innovativo e ben organizzato. Devo poter contare sull'appoggio di tutti i qui presenti, come voi potere contare sul mio. Avete la mia fiducia". Ha quindi ringraziato BAUMGARTNER per tutto quanto fatto insieme ai suoi collaboratori precisando, tuttavia, che cercherà di seguire le orme lasciate dal suo predecessore dando una propria impronta. ◆