

DIRECTION Reportec 64

SOLUZIONI SERVIZI E TECNOLOGIE ICT

Focus
on

DIGITAL SIGNAGE

Un settore in costante crescita, che si orienta verso le piattaforme integrate e guidato da display sempre più grandi, risoluzione UHD e 3D autosteroscopico

Focus
on

ENTERPRISE MOBILITY

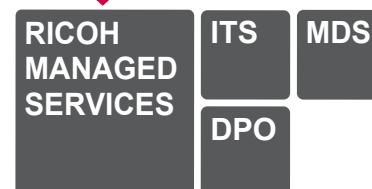
HP ESP e la protezione applicativa • Intervista VP IBM STG
Ricoh delinea l'evoluzione per finance, mobile e gestione dati
Gratis da Micro Focus le risorse per il Visual Cobol

Ricoh Managed Services

La strada verso l'efficienza

RICOH
imagine. change.

Concentrati sul business.
Ricoh pensa a progettare e gestire l'infrastruttura IT.



Progettare soluzioni personalizzate e ottimizzate dal punto di vista dei costi, della produttività e della gestione è alla base dei Ricoh Managed Services, che includono servizi di Gestione Documentale, di Outsourcing e IT.

Managed Document Services

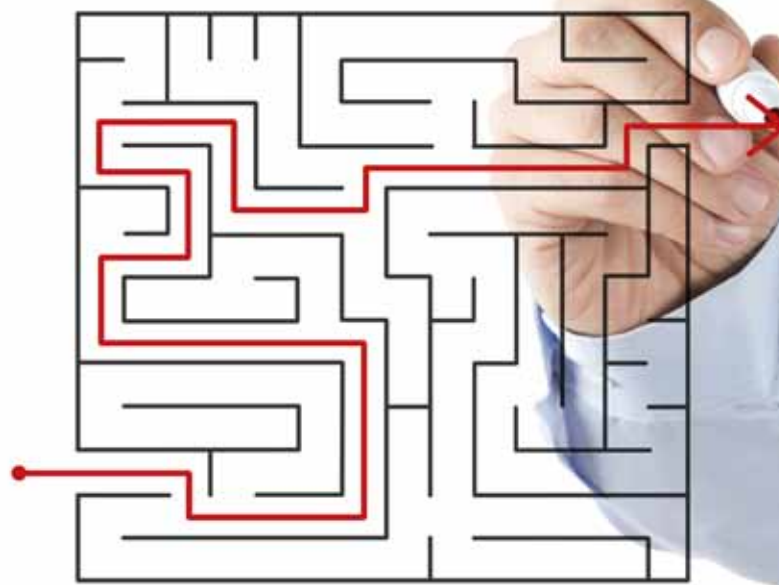
Migliorare l'ambiente di stampa e la gestione documentale è possibile grazie al supporto consulenziale e progettuale di Ricoh che garantisce un'ottimizzazione continua.

Document Process Outsourcing

I professionisti Ricoh si occupano della gestione dei processi documentali cartacei e digitali delle aziende, con l'obiettivo di ridurre i costi e ottimizzare le risorse interne.

IT Services

Ricoh offre un supporto completo one-stop per la fornitura e la gestione di pc e server, sviluppando progetti innovativi chiavi in mano che includono anche un servizio di help-desk telefonico.



seguici su: www.ricoh.it
www.document.it



Managed Services 

 Managed Document Services  Document Process Outsourcing  IT Services

	Le scelte per l'enterprise mobility	4
	IBM MobileFirst: mobilità a 360 gradi per il business	8
	Notebook HP per soddisfare le moderne esigenze di business	10
	Comodità di un tablet e potenza di un pc	11
	Da Dimension Data la ricetta per l'enterprise mobility	12
	L'approccio Fujitsu alla mobilità aziendale favorisce gli iWorker	14
l'opinione	Un'azienda più mobile basata sugli iWorker	16
ict security	Mobile banking e sicurezza: una sinergia in divenire	17
	HP estende la protezione al livello applicativo	18
	Monete virtuali e cybercrime: l'analisi di Trend Micro	20
	Protezione automatica con Blue Coat	20
printing&imaging	Prestazioni e precisione negli scanner Fujitsu 7000 FI	21
	Ricoh delinea l'evoluzione per finance, mobile e gestione dati	22
	Raggiunge quota 200 milioni il numero di stampanti HP LaserJet	24
	La stampa che non si inceppa di Brother	24
l'opinione	Software (being) Defined Networking	26
focus on	Digital signage	27
	Sony si proietta nel futuro puntando sul 4K	30
	Sempre più grande e integrato il Digital Signage di Samsung	31
	Panasonic sceglie affidabilità e robustezza per il mercato professionale	32
	NEC Display Solutions: la varietà fa la forza	32
	La SmartCollection rafforza le "signage solutions" di Philips	33
software	Gratis da Micro Focus le risorse per programmare in Visual Cobol	34
	Demitizzando Big Data e Opensource	36
server&storage	Il Data Center di OLSA ottimizzato con storage Nexsan	38
	Zucchi sceglie l'integrazione Cisco e NetApp	38
l'intervista	Innovazione tecnologica e partner guidano il futuro di IBM STG	39
	HP prepara il data center del futuro	40
	Oracle Exadata Database Machine X4	40
communication networking	Social network e condivisione cambiano la comunicazione	41
	La video comunicazione fa esplodere il traffico sulle MAN	42
cloud	Un cloud da premio riduce i server di Ricoh	44
	La disponibilità del Data Center preoccupa i network manager	45
	Cloud e storage Hitachi in Accadis	45
l'editoriale	Da questo numero Direction raddoppia la periodicità e diventa mensile	46

COGLI L'OPPORTUNITÀ
DI RICEVERE DIRECTION
COMODAMENTE NELLA TUA
CASELLA DI POSTA
SE SCEGLI DI RICEVERE LA
TUA RIVISTA VIA E-MAIL
SCRIVI SUBITO A
servizi@reportec.it



Mai più copie "rubate" dal collega, ma possibilità di rapida condivisione dei nostri esclusivi contenuti. Sfrutta il formato elettronico per una più veloce consultazione e creati il tuo archivio personale. Rispetta l'ambiente e aiutaci a usare meno carta

LE SCELTE PER L'ENTERPRISE MOBILITY

di Gaetano Di Blasio

Dispositivi, applicazioni e modalità di accesso prevedono decisioni strategiche a monte, sulle attività che si vogliono poter svolgere senza vincoli di spazio e tempo



Lavorare in mobilità significa poter accedere alle informazioni e risorse che occorrono in qualunque momento e da ogni luogo, ma comporta anche avere a disposizione la potenza d'elaborazione necessaria per utilizzare tali informazioni e risorse.

L'accesso a risorse aziendali deve essere sicuro e le VPN (Virtual Private Networks) sono la risposta, anche se la protezione deve essere estesa anche ai dispositivi mobili e la questione non è banale. Soprattutto il problema è la cultura sulla sicurezza dell'utilizzatore.

Il cloud può risolvere molti grattacapi tecnologici, ma la vera complessità è tutta strategica. L'impatto della mobility è pervasivo: riguarda ogni processo aziendale e diverse tipologie di dipendente. Le scelte decisionali dipendono dalla situazione di partenza di ciascuna azienda e da altre considerazioni, organizzative prima che tecniche, rispetto alle attività che si devono svolgere in mobilità.

Storicamente sono identificati diversi casi "tipici", annoverati come "sales force automation" o "field force automation". Si tratta di situazioni comuni, da tempo affrontate da molte imprese, che oggi possono sfruttare un'offerta di connettività più estesa e potente rispetto al passato, ma ancora insufficiente in termini di banda (se valutata sull'intero territorio italiano) e immatura dal punto di vista della QoS (Quality of Service) adeguata alle esigenze del business.

Purtroppo, per molte imprese la connettività è percepita come un problema relativo. Solo le imprese più "illuminate" sono consapevoli delle **grandi opportunità** che è possibile cogliere attraverso cloud, big data, mobility e social (le aree tecnologiche che conferiscono la massima spinta innovativa ai processi aziendali e con le principali ripercussioni sullo sviluppo del business), a patto di avere accesso a servizi di alta qualità, nonché di poterli fornire ai propri clienti.

La questione è che negli ultimi anni sono state le richieste interne a cambiare, cosicché, in attesa che la rete mobile 4G risolva in parte l'ansia da banda larga, le imprese sono alle prese con altri aspetti legati alla mobility: BYOD (Bring Your Own Device), mobilitazione delle appli-

cazioni e/o enterprise app store.

Occorre una premessa: la forte spinta alla mobility che si avverte oggi, dipende in massima parte dal fenomeno della consumerization. La ricchezza di funzionalità, la semplicità e la potenza di dispositivi e soluzioni nate per il consumer hanno portato la gente comune a far grand'uso di smartphone e tablet, corredati di app che facilitano l'automazione personale.

Un **nuovo stile di vita** che gli individui tendono a portare sul posto di lavoro. I vantaggi ci sono e le imprese sono chiamate a cavalcare il fenomeno. Anche perché sono spesso i top manager a porre il problema perché vogliono integrato nella rete aziendale il proprio tablet o smartphone "griffato" di ultima generazione.



BYOD or not to BYOD

La conseguenza è scegliere quale strategia adottare per il BYOD, cioè come definire l'utilizzo di dispositivi personali per attività lavorative. In realtà, anche se si lascia che a comprarsi lo smartphone o il tablet sia il dipendente, da un punto di vista economico il BYOD non è quasi mai conveniente, secondo business case targati Usa. **Occorrono regole** rigide per impedire che i costi operativi, in particolare per la gestione interna di flotte costituite da apparati wireless tra i più disparati, lievettino fino a rischiare di annullare i benefici in produttività e time-to-market che la mobility comporta.

La maggior parte delle imprese italiane si sta ancora interrogando su quali politiche adottare: c'è chi ha deciso di osteggiare il fenomeno, riconoscendo solo i dispositivi forniti dall'azienda per l'accesso alle risorse. C'è chi si è arreso all'ineluttabile, consentendo l'uso di dispositivi propri per il lavoro, ma senza garantire l'assistenza (e, in molti casi, non preoccupandosi dei rischi per la sicurezza aziendale).

BYOD or not BYOD, l'accesso alle risorse aziendali e, in particolare, alle applicazioni aziendali da parte dei dirigenti ha ripercussioni importanti sui sistemi informativi. Non che il dispositivo non sia importante, anzi: una connessione lenta, una visualizzazione a singhiozzo, l'impossibilità di gestire file offline sono tutte situazioni che abbattano la produttività.

Dal punto di vista del lavoratore, inoltre, il device è percepito come estensione di sé. Soluzione e le regole che si impongono sono "trasparenti": quello che gli interessa è l'esperienza che si troverà a vivere, di cui il dispositivo è il mezzo principe.



App experience

Effetti psicologici a parte, però, il dispositivo resta un mezzo, mentre la scelta strategica sulle modalità di accesso e utilizzo delle applicazioni in mobilità è fondamentale per il successo di un progetto di mobility e la strada più ovvia appare quella dell'enterprise app store. L'esperienza di utilizzo personale, infatti, è centrata sulla logica delle app monofunzionali ed è quindi naturale replicarla fornendo in tale modalità l'accesso alle funzionalità lavorative.

Rendere "mobile"

un'applicazione aziendale può essere un incubo, soprattutto se si tratta di "vecchi" sistemi legacy che sono perfetti per supportare il business aziendale, ma che andrebbero completamente riscritti per essere "mobilizzati" e, magari, segmentati in app.

L'esigenza è molto sentita e non mancano le soluzioni, inoltre, il percorso può diventare relativamente semplice grazie al cloud e alla disponibilità (destinata con ogni probabilità a crescere) di piattaforme pronte all'uso per sviluppare interfacce di accesso alle risorse aziendali. Tali sistemi eliminano o riducono la complessità tecnologica, supportando l'IT su tutto lo stack infrastrutturale, compreso lo stesso livello applicativo. Resta, però, tutta la delicatezza sul fronte decisionale, per esempio nel valutare se e quali applicazioni o funzionalità all'interno di queste ultime rendere accessibili e a chi.

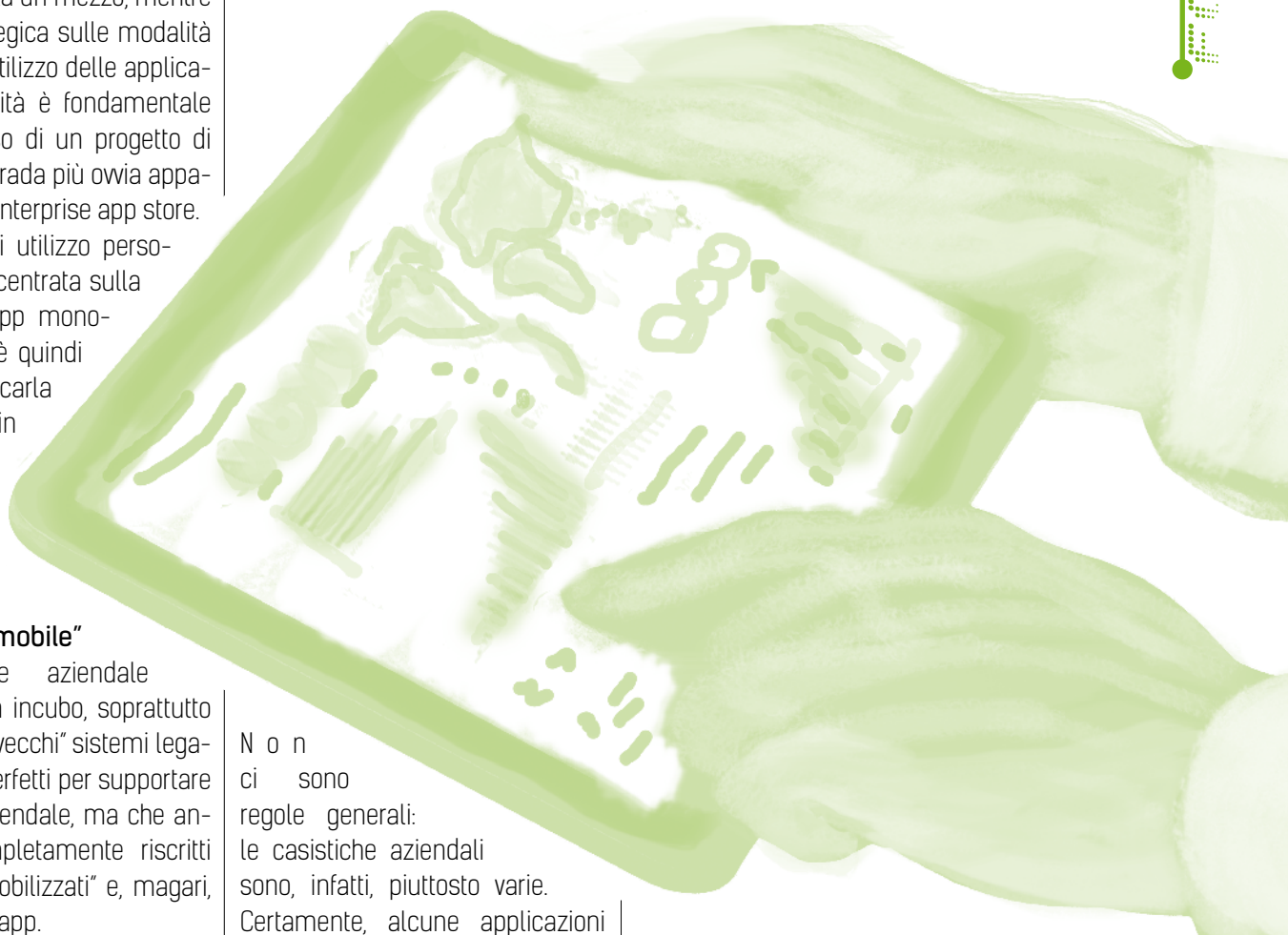
Non ci sono regole generali: le casistiche aziendali sono, infatti, piuttosto varie.

Certamente, alcune applicazioni sono utilizzate in modo più selettivo come quelle per il supporto delle vendite, per la gestione delle spese di viaggio, o per effettuare report. Altre dipendono fortemente dai processi attuati in ciascun contesto.

Importante è anche valutare gli strumenti per la gestione dei dispositivi (MDM - **Mobile Device Management**) e quelli per gestire gli app store, anche perché quasi tutti i dipendenti, di propria iniziativa, installano e utilizzano altre applicazioni in aggiunta a quelle ufficiali fornite dall'azienda: per esempio, app per la pianificazione di viaggi, con orari di treni e aerei,

ma anche quelle più "pericolose" per la condivisione di informazioni e lo scambio di dati.

Tra le app che non possono mancare, vanno sicuramente incluse la UCC (**Unified Communication e Collaboration**), del resto non va dimenticato che lo smartphone è appunto anche un "phone". Poi non può mancare un sistema office per creare, aprire e modificare documenti, fogli di calcolo e presentazioni, pdf. Ancora, utili sono le app per lo storage e la condivisione di file, per la gestione di viaggi e note spese, per la sicurezza (come la gestione delle password o il single sign on). *



IBM MOBILEFIRST: MOBILITÀ A 360 GRADI PER IL BUSINESS

Un'offerta di soluzioni mobile end-to-end che integra servizi, sviluppo di applicazioni, analisi dei dati, sicurezza e gestione dei dispositivi, basato sull'esperienza con oltre mille clienti e che si avvale di un team di migliaia di esperti di mobile computing

di Riccardo Florio

Gli utenti oggi sono più interconnessi che mai e le imprese hanno l'esigenza di estendere le politiche commerciali verso una grande varietà di dispositivi, di determinare le modalità con cui attrarre i clienti, di migliorare le relazioni con i dipendenti ed i partner e di predisporre le strategie adeguate al perseguimento di tali obiettivi. A ciò si aggiungono le sfide insite nello sviluppo delle applicazioni mobile, che risulta complesso a causa della varietà di piattaforme presenti sul mercato e della rapidità di aggiornamenti richiesta.

Per rispondere a queste esigenze IBM ha predisposto IBM MobileFirst, un'offerta di soluzioni mobile end-to-end che integra servizi, sviluppo di applicazioni, analisi dei dati, sicurezza mobile e gestione dei dispositivi, affiancata da una serie di risorse e programmi per Business Partner, sviluppatori e per il mondo accademico.

IBM MobileFirst nasce dall'esperienza maturata da IBM con oltre

mille clienti che hanno avviato un processo di trasformazione verso una "mobile enterprise", con un team di migliaia di esperti di mobile computing e 270 brevetti e ben 10 acquisizioni correlate alla mobilità negli ultimi quattro anni (tra cui ricordiamo Fiberlink Communications per la gestione della sicurezza dei dispositivi mobile, Xtify per la gestione delle campagne marketing digitali e The Now Factory per la business analytics).

IBM MobileFirst sfrutta in modo sinergico il valore aggiunto fornito dalla competenza tecnologica trasversale di IBM in ambiti quali analytics, cloud computing, social media e sicurezza. Una competenza confermata anche da Gartner, che ha posizionato IBM come Leader all'interno del suo Quadrante Magico per i mercati Mobile Application Development Platforms e Application Security Testing e come Visionario per Managed Mobility Services e Mobile Device Management.

IBM MobileFirst sfrutta il valore aggiunto fornito dalla competenza tecnologica di IBM in ambiti quali analytics, cloud computing, social media e sicurezza

Le soluzioni mobile

Il portafoglio IBM di soluzioni mobile mette a disposizione una piattaforma per lo sviluppo e la gestione di applicazioni e dati, integrata con la gestione, la sicurezza e la business analytics che sono oggi fondamentali per le imprese. Oltre a soddisfare i requisiti specifici per il mobile computing, questo portafoglio consente l'integrazione tra social media e servizi cloud e fornisce tecnologie di back-end per la gestione dei processi di business.

IBM MobileFirst Platform è l'offerta al cui interno si collocano la piattaforma aperta per lo sviluppo di applicazioni mobile IBM Worklight ed uno strumento per il testing automatico delle App tramite IBM Rational Test Workbench, presente anche in forma integrata all'interno di Worklight. MobileFirst Platform prevede, inoltre, funzionalità di Single Sign-On (SSO) per più applicazioni, reportistica per valutare il grado di maturità, supporto per i programmi BYOD e funzioni di distribuzione semplificata per cloud privati su sistemi PureApplication.

Alle esigenze di gestione di spese, dati, applicazioni, servizi e dispositivi mobile durante il loro intero ciclo di vita risponde l'offerta **IBM MobileFirst Management**, al cui interno si inseriscono le soluzioni IBM Endpoint Manager for Mobile Devices che unifica la gestione di dispositivi mobile e di endpoint tradizionali e IBM Emptoris Rivermine Telecom Expense Management studiata per gestire e tracciare le spese mobi-



le assicurando la compliance alle politiche aziendali. L'acquisizione di Fiberlink completa l'offerta di device management permettendo di gestire i dispositivi mobile in cloud garantendo livelli di sicurezza elevati grazie alla presenza di un container sicuro e la possibilità di poter separare l'ambiente privato da quello di business secondo il paradigma del "dual persona".

IBM MobileFirst Security è l'insieme di soluzioni per la sicurezza mobile a livello di rete, dispositivi e applicazioni. Fornisce supporto "out of the box" per le App sviluppate con Worklight ed è in grado di dialogare in modalità integrata con IBM Security Access Manager. Le soluzioni chiave di questa offerta includono IBM Security Access Manager for Cloud and Mobile che abilita funzioni di SSO, accesso context-aware e compliance e IBM Security App-Scan per il test delle vulnerabilità, la scansione e il reporting di App ed elementi Web (Java Script, HTML5).

IBM MobileFirst Analytics si basa sulla soluzione IBM Tealeaf CX Mobile, che consente di studiare il comportamento degli utenti mobile attraverso l'acquisizione di dati analitici in App ibride, native e siti Web ottimizzati per dispositivi mobile e di quantificare l'impatto sul business.

La gamma di servizi mobile

Il portafoglio IBM MobileFirst comprende diversi servizi per aiutare le aziende a definire strategie di mobile computing e a ideare e implementare i relativi progetti.

IBM MobileFirst Strategy & Design Services è l'offerta pensata per valutare e pianificare la tipologia di piattaforma mobile più adatta a soddisfare specifici requisiti tec-

nologici e aziendali e per definire il livello di priorità gli obiettivi.

Le soluzioni chiave di questa offerta includono Mobile Strategy Accelerator per accelerare la definizione di una strategia mobile e Mobile Infrastructure Strategy and Planning per sviluppare strategie legate in modo specifico agli aspetti infrastrutturali. Si avvale poi del team IBM Interactive che opera a livello mondiale pianificando, disegnando e sviluppando le applicazioni mobile di IBM.

IBM MobileFirst Development & Integration Services è l'offerta di servizi sviluppata per aiutare le organizzazioni a creare un'infrastruttura mobile e gestire i portafogli di App e gli ambienti BYOD. Al suo interno si collocano una serie di soluzioni per ottimizzare, integrare e gestire i servizi mobile, tra cui Enhanced Network Infrastructure Services for Mobile focalizzata sulla parte di rete, Mobile Enterprise Services for Managed Mobility per la gestione e la protezione e Mobile Application Platform Management per accelerare e facilitare lo sviluppo di applicazioni mobile.

Cloud & Managed Services è l'insieme di servizi di sviluppo di applicazioni mobile, gestione di dispositivi e infrastruttura di rete forniti in modo gestito o tramite cloud. Include l'offerta di servizi Mobile Enterprise Services for managed mobility per gestire smartphone e tablet in aziende globali e Mobile Application Development from the Cloud per lo sviluppo di applicazioni mobile attraverso piattaforme accessibili via cloud.

Oltre 200 applicazioni mobile

IBM MobileFirst si avvale di oltre 200 applicazioni mobile disponibili nell'App store, adatte a rispondere alle specifiche esigenze di una serie di settori verticali. Di seguito una sintesi delle principali tematiche affrontate suddivise per mercato.

- Banking: mobile banking, pagamenti mobili, assistenza clienti.
- Assicurazioni: gestione cliente, gestione agente, reclami da mobile, mobile marketing.
- Retail: mobile commerce, shopping di nuova generazione, mobile marketing.
- Viaggi e trasporti: mobile commerce, gestione della customer experience, manutenzione e gestione operativa.
- Sanità: gestione completa della cura, gestione anagrafica, reclami, analisi di spesa e reportistica.
- Pubblica Amministrazione: gestione unificata della risposta, abilitazione alla mobilità per i funzionari statali, funzioni self-service per il cittadino.
- Automotive: auto connessa, retail di prossima generazione, finanziamento.
- Telecomunicazioni: gestione degli abbonati, gestione dei dispositivi mobile, analytics, gestione del servizio. *



NOTEBOOK HP PER SODDISFARE LE MODERNE ESIGENZE DI BUSINESS

Design e robustezza per il nuovo EliteBook, versatilità per HP Spectre e una linea di nuovi servizi per sgravare la gestione dei dispositivi

di Gaetano Di Blasio



HP EliteBook Folio 1040 con case d'alluminio in corpo unico

Come sottolineato dai responsabili di HP, gli utilizzatori d'oggi necessitano di computer adatti al loro stile personale, che permettano loro di essere sempre produttivi, ovunque il lavoro li porti. Allo stesso tempo, gli amministratori IT devono supportare questo nuovo stile IT, mediante un complesso di dispositivi e interfacce comuni, garantendo livelli di sicurezza e affidabilità in linea con le aspettative aziendali. Per questo HP ha annunciato nuovi prodotti e servizi, mettendo a disposizione delle imprese sia l'hardware richiesto per far fronte alle sfide di business sia i servizi di configurazione e distribuzione atti a far risparmiare tempo e denaro all'IT.

Recentemente, in particolare, HP ha rilasciato HP EliteBook Folio 1040, HP Spectre 13 Pro e nuovi servizi di configurazione e distribuzione per semplificare e ottimizzare le risorse IT, abbinati a un nuovo strumento di configurazione online.

HP EliteBook Folio 1040 risulta più sottile del 16,1% (arrivando a uno spessore di 15,9 mm) e più leggero del 7,3% rispetto alla generazione

precedente (1,5 kg), superando comunque 12 test militari (MIL-STD 810G) per la resistenza

da temperature estreme, vibrazioni e urti per cadute e atmosfere esplosive, anche grazie al corpo unico in alluminio CNC.

A detta di HP, la produttività viene aumentata da HP ForcePad, un nuovo touchpad sensibile alla pressione che consente agli utenti di servirsi dei familiari movimenti di tocco utilizzati con smartphone e tablet. Dotato di processori Intel Dual-Core i5 o i7 di quarta generazione e connettività 4G opzionale, HP EliteBook Folio 1040 può essere fornito con uno schermo HD+ o Full High Definition (FHD) 1080p da 14 pollici con funzionalità touch opzionale. Disponibile a parte anche la HP Ultralim Side Docking Station.

Tra le altre caratteristiche, HP Sure Start, una soluzione di protezione e ripristino automatico, in grado di ripristinare automaticamente un BIOS danneggiato o sottoposto ad attacco, e HP Trust Circles, che protegge i dati assicurando che solo i contatti approvati possano accedere ai file critici.

HP Spectre 13 Pro (anch'esso classificato come ultrabook in alcune configurazioni) è caratterizzato da:

spessore di 15 mm, peso di 1,5 kg, processori Intel Core i3/i5 di quarta generazione, chassis in metallo, HP Solid-State Drive, chip TPM certificato per la crittografia dati e tastiera resistente ai liquidi. Gli schermi disponibili sono touchscreen Full HD e Quad HD, con varie funzioni di gestione e multitasking, tra cui HP Dragon Assistant, che consente agli utenti di controllare la macchina con la voce e il trackpad HP Control Zone, che permette di gestire le finestre aperte. Inoltre è inclusa la nuova soluzione HP CoolSense che consente agli utenti di monitorare la temperatura dei loro ultrabook senza doversi rivolgere all'assistenza IT.

Infine, i servizi **HP Configuration Services** includono Custom System Settings, Third-Party Hardware Integration e Asset Tagging per rendere più semplice la gestione delle nuove apparecchiature. I nuovi servizi HP Deployment Services includono: HP Installation and Setup, HP Logistic Services, HP Migration Services, HP Decommission Services for asset retirement e HP GetMore per configurazione e distribuzione personalizzata dei dispositivi con l'esperienza HP. Insieme a questi servizi, il vendor sta anche lanciando il nuovo Configuration and Deployment Portal per fornire agli utenti un processo passo-passo di agevole esplorazione attraverso cui acquisire tutti i dettagli e le specifiche necessari per la personalizzazione e la distribuzione di sistemi specifici. *



COMODITÀ DI UN TABLET E POTENZA DI UN PC

Lenovo presenta ThinkPad 8 e ThinkPad X1 Carbon, terza generazione di un ultrabook da 14" ultraleggero, per fornire un'esperienza in mobilità completa a chi deve lavorare

di Gaetano Di Blasio

Lenovo, recentemente certificata da IDC come leader mondiale per il mercato dei pc, è specializzata in soluzioni progettate per il lavoratore mobile, come la terza generazione dell'ultrabook ThinkPad X1 Carbon, ThinkPad 8 e ThinkPad OneLink Dock Pro.

Il nuovo **ThinkPad X1 Carbon** si presenta con un peso di 1,3 chili, ma viene accreditato dal produttore di un'elevata robustezza. Il "carbon" nel nome identifica il materiale utilizzato anche per aerei e auto da corsa: la struttura dell'ultrabook da 14 pollici, infatti, è in fibra di carbonio che pesa meno delle leghe di magnesio e alluminio, ma è più resistente di entrambi.

In Lenovo, ricordano che i prodotti della linea X1 si sono sempre distinti per aver spostato in avanti i confini della tecnologia sia per quanto riguarda il design sia per l'usabilità. Il nuovo X1 Carbon non farebbe eccezione, adattandosi al modo di lavorare degli utenti grazie a una tecnologia all'avanguardia. Si tratta dell'**Adaptive Keyboard**, che evidenzia i tasti più importanti in base al software o all'applicazione utilizzati. Controllo vocale e gestuale permettono un'interazione comoda e innovativa.

Migliorata anche l'esperienza tattile "touch" e visiva, sottolineano presso la società, evidenziando che il nuovo schermo ColorBurst fornisce immagini più limpide e brillanti, con risoluzioni più alte e angoli di visione migliori rispetto al passato.

Per gli utenti sempre in movimento, ThinkPad X1 Carbon sfrutta la tecnologia Rapid Charge e garantisce l'80% di ricarica in meno di 1 ora. A questo si aggiunge una batteria che dura fino a 9 ore (70% in più rispetto alla precedente generazione) e alla funzionalità 4G integrata opzionale, il nuovo X1 Carbon è dotato di tutta la mobilità e la connettività che serve, ovunque ci si trovi. Se si è a casa o in ufficio, risulta poi comoda la docking station migliorata, con connettore OneLink, che elimina l'ingombro dei cavi.

Il tablet professionale si fa in tre

Con **ThinkPad 8** Lenovo propone un tablet top di gamma da 8 pollici, in grado di soddisfare le necessità dei professionisti che hanno bisogno di un device dotato della massima portabilità senza sacrificare la possibilità di connettere una tastiera e un monitor per un'esperienza pc completa.

Basato su una struttura in alluminio, ThinkPad 8 può essere utilizzato in modalità tablet, oppure come desktop, connesso a tastiera, dock o a un monitor. Ancora con la **Quickshot Cover** opzionale, il ta-

blet è convertito in modalità "tent". Quickshot, inoltre, permette agli utenti di effettuare foto e video in modo facile: spiegano in Lenovo, infatti, che è sufficiente staccare la cover del tablet per scoprire una fotocamera ad alta definizione da 8 MPX e aprire la relativa app. Dopo lo scatto, gli utenti potranno visualizzare e modificare foto e video sullo schermo da 8.3" da 1920 x 1200 pixel, per trasferirli poi in modalità wireless grazie alla tecnologia Miracast o visualizzarli attraverso un cavo sfruttando la porta microHDMI. Le caratteristiche introdotte per supportare un funzionamento da pc, sono il processore Intel Bay Trail Quad Core, una memoria fino a 128GB, una porta microUSB 3.0, connettività LTE (non su tutti i modelli e non in tutti i paesi) e sistema Windows 8 Pro. *



DA DIMENSION DATA LA RICETTA PER L'ENTERPRISE MOBILITY

Un'indagine globale fa emergere l'inadeguatezza di strategie, policy e modalità di implementazione nell'adozione della mobility, che espongono l'azienda a rischi di sicurezza e di governance. Dimension Data propone un modello implementativo per superare le incertezze e favorire un'evoluzione tecnologica senza vincoli

di Riccardo Florio

All'interno dell'ultima versione del **Secure Enterprise Mobility Report**, indagine annuale condotta a livello globale, Dimension Data ha raccolto e analizzato i commenti di 1.622 professionisti IT all'interno di organizzazioni con più di 250 dipendenti e operanti in 22 paesi delle Americhe, Asia Pacifica, Europa, Medio Oriente e Africa delineando lo scenario del livello di adozione e dell'approccio strategico legati al tema della mobilità aziendale.

Un approccio ancora disomogeneo

Anche se il 79% dei 1.622 professionisti IT intervistati indica la mobilità tra le proprie priorità top, la ricerca mostra che molte aziende non stanno dedicando le risorse necessarie per consentire agli utenti di sfruttare appieno le applicazioni business esistenti in modo da incrementare la produttività e solo il 35% degli intervistati ha affermato di aver affrontato la risoluzione delle problematiche di mobilità in modo sistematico.

Qui la versione completa del Secure Enterprise Mobility Report



Inoltre, il 61% degli intervistati ha riportato che i dipendenti non sono in grado di accedere alle applicazioni critiche necessarie alle proprie funzioni lavorative dai propri dispositivi mobili, mentre quasi tre quarti (il 73%) ha la sensazione che le proprie organizzazioni non abbiano impostato policy ben definite in merito alla mobility.

«Senza un approccio completo - ha spiegato Matthew Gyde, Global General Manager, Security Solutions di Dimension Data - i dipartimenti IT incorrono nel rischio di fornire un'esperienza utente non ottimale inibendo l'adozione e, ele-

mento altrettanto importante, perdendo l'occasione di identificare e risolvere proattivamente le sfide della sicurezza prima che queste si trasformino in minacce».

Il tema della sicurezza viene considerato dagli intervistati la principale sfida da affrontare; tuttavia, anche in questo caso, probabilmente a causa degli scarsi investimenti, emergono contraddizioni. Per esempio, i risultati della ricerca mostrano che solo il 29% delle organizzazioni si è preoccupata di testare come le proprie applicazioni critiche funzionino sui dispositivi mobili, mentre si ferma al 32% la percentuale di quelle che hanno effettuato un audit di sicurezza sulle applicazioni che vengono utilizzate anche sui dispositivi mobili.

«I risultati della nostra indagine confermano come le incertezze sulla sicurezza potrebbero ostacolare i benefici della produttività - ha osservato Gyde -. Più del 77% dei partecipanti alla ricerca ha dichiarato che le problematiche legate alla sicurezza e alla privacy delle informazioni rappresentano le principali sfide nel momento in cui si crea e si implementa una strategia di mobilità, sostenendo che è assolutamente possibile ottenere benefici di produttività senza compromettere il fattore sicurezza».

IL BYOD si conferma una realtà che, se non decisa aziendalimente, sfugge comunque al controllo. Oltre il 90% degli intervistati ritiene che i propri impiegati utilizzino i dispositivi mobili personali per ac-



cedere autonomamente ai sistemi enterprise e sostiene che il reparto IT non abbia la capacità necessaria per bloccare questo tipo di attività. Tra i dati interessanti del Dimension Data Secure Enterprise Mobility Report emerge anche che i business manager intravedono nel BYOD più una preoccupazione in termini di sicurezza e costi anziché individuarne la natura di esigenza business critical.

L'approccio di Dimension Data all'Enterprise Mobility

In sintesi, il Secure Enterprise Mobility Report evidenzia un sostanziale divario tra la visione complessiva e le condizioni reali che le organizzazioni si trovano ad affrontare, dato che molti degli step iniziali, essenziali per conseguire un risparmio di tempo, ridurre i costi e garantire la sicurezza, non sono in generale ancora stati intrapresi.

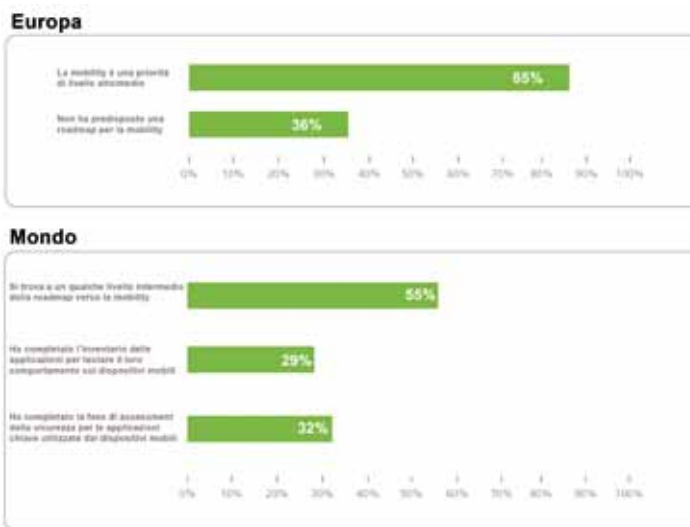
Questi risultati consegnano a Dimension Data un mercato ricco di opportunità in cui far valere la propria esperienza e competenza di system integrator e fornitore globale di servizi e soluzioni ICT da 5,8 miliardi di dollari, per proporsi come partner di riferimento per guidare le aziende in tutte le fasi necessarie per l'implementazione di **modelli di Enterprise Mobility**. L'approccio seguito dal vendor prevede l'adozione di un modello di evoluzione verso l'Enterprise Mobility pensato per rispondere alle esigenze delle diverse realtà aziendali senza compromettere la sicurezza.

Il fornitore di soluzioni globale mette a disposizione l'analisi preliminare e il supporto consulenziale per predisporre una roadmap di implementazione adatta alle esigenze di business e un percorso di evoluzione tecnologica che non vincoli l'azienda nelle sue scelte successive o possa inibirne la scalabilità. È poi in grado di fornire la capacità di implementare le soluzioni necessarie con un approccio "best of breed", di offrire assistenza continuativa e di supportare a più livelli le aziende nei complessi processi di gestione della mobilità.

Le direzioni alla base dell'approccio di Dimension Data partono dal presupposto che, in un contesto di mobilità estesa a livello enterprise, vadano sempre predisposte le condizioni per proteggere i dati aziendali e stabilire sempre policy di mobility a tutela sia dell'impresa sia dei suoi dipendenti.

Dimension Data affronta in modo strutturato e metodologico il tema dell'utilizzo di dispositivi mobili personali all'interno dell'azienda, puntando a individuare le soluzioni più adatte ad affrontare temi quali la sicurezza, il supporto agli utenti, la privacy e il TCO che hanno finora rappresentato i principali freni all'adozione del BYOD all'interno delle aziende.

In particolare, Dimension Data punta a mettere a disposizione delle aziende un'impostazione infrastrutturale e tecnologica che sia in grado anche di superare il tradizionale BYOD per farlo evolvere verso modelli più sofisticati quali "Scegliere il proprio dispositivo" (Choose Your Own Device, CYOD), "Portare il dispositivo più adatto" (Bring The Right Device, BTRD) oppure "Di proprietà dell'azienda, attivato personalmente" (Corporate Owned, Personally Enabled, COPE). Si tratta di modelli che, in modalità diverse, lasciano nelle mani dell'impresa il controllo dei dispositivi e della sicurezza, ma che consentono ai dipendenti di utilizzare i dispositivi mobili come meglio credono favorendone la produttività personale. Altri aspetti salienti coperti da Dimension Data riguardano la possibilità di effettuare un monitoraggio puntuale dei costi con la capacità di stabilire, a livello di singolo utente, se questi sono adeguati alle sue reali necessità e di assicurare che i dipendenti si attengano correttamente alle regole aziendali prevenendo qualsiasi abuso. *



Fonte: Dimension Data - Secure Enterprise Mobility Report

L'APPROCCIO FUJITSU ALLA MOBILITÀ AZIENDALE FAVORISCE GLI IWORKER

Scegliere il notebook o il tablet richiede un'attenta considerazione dell'uso che se ne deve fare, del grado di sicurezza richiesto e delle esigenze di gestione e supporto tecnico

di Giuseppe Saccardi

Scegliere il dispositivo mobile adatto è la condizione indispensabile per aumentare la produttività e favorire lo svolgimento dei propri compiti sia agli iWorker, cioè quella classe di utenti che trascorre fuori dall'azienda un'ampia parte del tempo lavorativo, sia a chi in azienda si sposta tra uffici e sale riunioni.

Quello della mobilità e di come soddisfare le esigenze degli iWorker, evidenzia Fabrizio Falcetti, Business Program Manager di Fujitsu: «è un problema complesso, che si collega al tema del BYOD e del cloud ma che abbraccia allo stesso tempo la mobilità sia all'interno che all'esterno dell'azienda e coinvolge sia la produzione sia la fruizione dei contenuti».

Il giusto dispositivo e una efficace connettività sono essenziali per poter svolgere il

proprio compito, perchè sempre più, evidenzia Falcetti, si lavora in modo interconnesso con i propri colleghi per dare risposte ai clienti o svolgere il compito assegnato. Non poter contattare la persona giusta o accedere al dato necessario implica perdita di tempo e diminuzione dell'efficienza globale.

Tablet o notebook?

Quando in azienda ci si pone la domanda se adottare tablet o notebook, quello che veramente ci si dovrebbe chiedere, osserva Falcetti, è di quale tipologia di applicazioni devo fruire e quali sono i relativi requirement e il contesto di utilizzo e di relazioni lavorative in cui sono inserito. Questo perchè la produttività personale dipende anche dagli strumenti che si utilizzano.

«Va considerato che il cambio di dispositivo molto spesso non si limita alla sostituzione dell'hardware ma implica anche un diverso modo di lavorare soprattutto se comporta anche un cambio nelle applicazioni, cosa non infrequente in questi casi.

L'utilizzo di strumenti anche software diversi tra loro comporta un tempo di adattamento più o meno lungo da parte dell'utente, anche in caso di utilizzo di applicazioni sviluppate appunto per la mobilità, ma diverse dalle loro controparti ben conosciute e supportate dalle aziende. Proprio l'aspetto del supporto remoto è uno dei vantaggi che permette l'adozione di strumenti che siano allo stesso tempo mobili ma basati su piattaforme e sistemi operativi ben conosciuti. La scelta dello strumento e del sistema operativo più consono è indispensabile per la produttività e l'efficienza complessiva» osserva Falcetti.

«Ci sono comunque casi in cui è difficile decidere per un notebook o un tablet. A questo rispondiamo con i nostri tablet convertibili, che con una semplice operazione si trasformano da fruitori in generatori di contenuti. È il caso del **Q704, un tablet** che agganciato a una tastiera si trasforma in un notebook. Oltre ad essere molto performante perchè dotato della tecnologia Intel Core di quarta generazione è equipaggiato con Microsoft Windows 8.1 Pro, pienamente compatibile con tutte le infrastrutture aziendali sia nella piccola che media e grande impresa e che permette di disporre di tutte le applicazioni di ufficio, con una spinta omogeneità delle applicazioni» ha aggiunto il manager.

Fabrizio Falcetti
di Fujitsu



Ci sono situazioni in cui è difficile decidere per un notebook o un tablet a cui rispondiamo con i nostri tablet convertibili

Sicurezza in mobilità

Connaturale al tema della mobility è quello della sicurezza perché un lavoratore mobile tramite il suo dispositivo accede ai dati aziendali e di conseguenza espone l'azienda a rischi che possono spaziare dalla perdita dei dati a tentativi di effrazione.

È opportuno, osserva Falcetti, che non tutte le funzioni possano essere fruite quando ci si trova fuori dall'azienda. In tal caso si può adottare un policy in base alla quale un dipendente può avere accesso solo ad alcune funzionalità o maschere. Per far fronte a questa esigenza Fujitsu ha realizzato dispositivi di classe professionale che permettono di avere un'elevata sicurezza anche quando si è in mobilità, dotati di lettori di impronte digitali e di smart card integrati, che favoriscono allo stesso tempo la sicurezza dei dati e degli accessi.

«Come rendere sicuro l'accesso ai dati aziendali anche quando si è all'esterno dell'azienda è una delle principali domande da porsi prima di adottare una determinata soluzione. In questo senso un abbinamento funzionale con il cloud può ricoprire un ruolo fondamentale perché attraverso di esso si possono condividere risorse, dati, accedere alle applicazioni e se opportuno provvedere a una netta separazione degli ambienti applicativi» suggerisce Falcetti.

Correlata allo smarrimento, nella vision di Fujitsu per una mobility "no problem", vi è anche la gestione dei dispositivi. Nel momento in cui si ha un problema, spiega il manager, si deve essere in grado di risolverlo o di porvi rimedio centralmente. In

caso di furto di un notebook lo si deve poter tracciare e bloccare o arrivare a cancellarne i dati contenuti appena si collega a Internet.

«Attraverso i nostri sistemi di gestione siamo in grado di applicare questo approccio non solo ai notebook, ma anche agli smartphone aziendali in modo da assicurare la sicurezza dei dati a tutti i dispositivi mobili» ha evidenziato Falcetti.

Quale connettività è necessaria?

Intrinseco ad un portatile è anche il tema della connettività. Quello che suggerisce Falcetti è di puntare su soluzioni che prevedano non solo la classica connessione wireless tramite la rete aziendale o Hot Spot ma anche tramite reti UMTS, 3G o 4G.

La doppia possibilità presenta molti vantaggi in termini di flessibilità, costi e sicurezza. Ad esempio, anche se molti aeroporti, alberghi o aree pubbliche offrono la connettività wireless, di solito la medesima è di bassa qualità e sovente ci si deve registrare, con il rischio che per semplicità uno utilizzi le medesime password usate per la rete aziendale. I forti rischi conseguenti sono evidenti. L'alternativa è fruire di servizi a pagamento con i relativi problemi

di fatturazione e di costi amministrativi. La possibilità di usare in tal caso reti UMTS è quindi una soluzione estremamente vantaggiosa.

«Per evitare i possibili danni derivanti da un comportamento non corretto dell'utente, con la nostra soluzione di MDM (Mobile Device Management) siamo comunque in grado di verificare quale tipo di applicazioni possono essere installate su uno smartphone e sui dispositivi Android. Se, invece, si dispone di dispositivi Windows come i nostri Tablet Q704 o Q702, che hanno come sistema operativo Windows 8.1 Pro o Windows 7 Professional, MDM non è più necessario e può essere usato direttamente lo standard Managed Workplace e cioè le usuali funzionalità di gestione centrale del posto di lavoro. In pratica, al contrario di un dispositivo Android, un dispositivo come il Q702 o il nuovo Stylistic Q704 che utilizza Windows 8.1 Pro, può essere controllato e gestito

in modo efficace con le politiche già in essere per il desktop perché ha una architettura standard e può essere subordinato alle regole aziendali di controllo» ha precisato Falcetti. *

Stylistic Q704





di Giuseppe Saccardi

Un'azienda più mobile basata sugli iWorker

Da studi recentemente pubblicati emerge come iWorker e i Big Data si stiano prospettando come fondamentali per la crescita del business.

Per iWorker, innanzitutto, si intende quella tipologia di lavoratore che trascorre buona parte del tempo lontano dall'ufficio e quindi ha spinte esigenze in termini di comunicazione e di accesso alle informazioni aziendali, anche su base h24, soprattutto quando sono indispensabili per il proprio compito specifico, sia esso tecnico, commerciale o manageriale. Più che al livello aziendale fa quindi riferimento alla tipologia di business.

Come accennato, si tratta di una tipologia di lavoratore in costante espansione che ha obbligato i responsabili aziendali italiani e europei a porre attenzione al fenomeno, per valutarne le conseguenze e l'impatto che può avere sul business.

La domanda che i manager si devono però porre è: l'azienda sta mettendo a disposizione gli strumenti adatti? I processi di business sono adeguati? Quali dispositivi mobili sono più efficaci? Quali sono i problemi posti alla sicurezza?

Rispondere a queste domande è indispensabile per affrontare le sfide dei prossimi anni e in linea di massima i decisori aziendali sono consci delle competenze e delle modalità necessarie per gestire in maniera efficace il personale e le informazioni nell'era digitale. iWorker e dati aziendali sono in ogni caso due fattori che vanno a braccetto.

Da una parte in un recente studio commissionato in proposito da Ricoh, i business leader prevedono entro il 2018 proprio un significativo incremento del numero degli iWorker e dell'esigenza di accedere ai dati da remoto. Dall'altra una conferma viene da quanto evidenziatosi durante l'ultimo Gartner Symposium ITxpo, secondo cui entro il 2015 oltre il 90% dei business leader considererà l'informazione un asset strategico per la competitività, anche se meno del 10% sarà però in grado di quantificarne in modo analitico il valore economico.

Si tratta di uno sviluppo che deriva dalla necessità per molte aziende di gestire i Bigger Data, e cioè tutti i dati compresi quelli digitali o ancora in formato cartaceo, allo scopo di riuscire a utilizzare le informazioni importanti per il business e allo stesso tempo tenere il passo con le esigenze dei clienti che si aspettano servizi personalizzati e risposte immediate.

MOBILE BANKING E SICUREZZA: UNA SINERGIA IN DIVENIRE

Per rispondere alle esigenze di un mercato in notevole espansione come quello delle applicazioni per dispositivi mobili e per evidenziarne i problemi in settori critici come quello bancario, IKS ha realizzato uno studio che analizza il livello di sicurezza delle App per il mobile banking sul mercato italiano.

L'indagine ha coinvolto **dieci applicazioni di mobile banking**, rilasciate da altrettanti importanti istituti bancari italiani e disponibili nell'App Store di Apple nel periodo di settembre 2013. La scelta di effettuare le verifiche solo sulla versione iOS delle App è stata fatta in base al fatto che iOS viene considerato il sistema operativo mobile più sicuro e che spesso le App analizzate sono state sviluppate prima per questo ambiente operativo, facendo presupporre quindi un maggiore livello di maturità.

I principali criteri di analisi utilizzati hanno riguardato la sicurezza "runtime", la sicurezza dell'architettura, la Network Communication Security e la persistenza di file system.

Il report evidenzia il livello di attenzione verso l'aspetto della sicurezza "runtime": nessuna di essa ha, infatti, mostrato di implementare contromisure all'abuso e/o analisi runtime. Inoltre le App analizzate si sono dimostrate poco sensibili al problema di evitare elementi architetturali che possano generare vulnerabilità.

Per quanto riguarda **la robustezza delle comunicazioni verso il backend**, invece, nove applicazioni su dieci verificano l'origine del certificato SSL utilizzato, così come quasi tutte le App evitano la generazione di cache e file sensibili su disco dopo la loro esecuzione, tranne quella di sistema legata alle classi per gestire la connessione. Con 27 milioni di smartphone in Italia nel 2012 e proiezione di crescita costante, le analisi condotte evidenziano come, in poco tempo, il numero di utilizzatori del "mobile banking" supererà

quello di chi predilige l'Internet banking, con la conseguenza di un aumento della probabilità di rischio di attacchi fraudolenti. Infatti, lo studio osserva che linguaggi di programmazione diversi, sistemi operativi e architetture eterogenee ostacolano la possibilità di avere un livello di sicurezza comune mentre, troppo spesso, si tende a sottovalutare i rischi legati al canale mobile.

I motivi per questo comportamento sono diversi e i più significativi evidenziati da IKS, sono:

- l'utente finale non percepisce i dispositivi mobili come oggetti critici per la privacy e la sicurezza di informazioni sensibili;
- l'utilizzo dei dispositivi mobile si presta a perdita o utilizzo in ambienti affollati, aumentando il rischio che informazioni sensibili possano entrare in possesso di sconosciuti;
- i sistemi operativi sono non sempre maturi dal punto di vista della sicurezza;
- la pressione di ricercatori e attaccanti sulle piattaforme è enorme.

In sintesi, le problematiche specifiche delle piattaforme, la novità del tema e la scarsa preparazione degli sviluppatori mobile in ambito sicurezza rendono alto il rischio di esposizione al fenomeno delle frodi, ma un numero ancora insufficiente di banche sta

affrontando seriamente il tema della sicurezza dell'ambiente applicativo e dei dati memorizzati nei dispositivi. *

Un'analisi di IKS fa il punto sui rischi legati alle App utilizzate per le applicazioni bancarie e mette in evidenza la scarsa percezione di insicurezza del canale mobile

di Giuseppe Saccardi



HP ESTENDE LA PROTEZIONE AL LIVELLO APPLICATIVO

Con il rilascio di ArcSight Application View, che si inserisce all'interno del quadro strategico di soluzioni di sicurezza della divisione Enterprise Security Products, il vendor fa compiere un salto in avanti al livello di protezione, estendendolo alle applicazioni che veicolano ormai l'85% del numero complessivo di vulnerabilità

di Riccardo Florio

Nell'attuale scenario di profonda trasformazione dell'IT guidata da nuovi modelli di erogazione e fruizione dei servizi e in cui l'esigenza di conformità alle normative internazionali e nazionali contribuisce ad aumentare costi e complessità, la sicurezza diventa prima ancora che una priorità, un elemento abilitatore per l'innovazione. Gli attacchi ai sistemi informatici hanno mutato natura, ricadendo oramai completamente nella regia della criminalità organizzata orientata al profitto e generando un mercato illegale da oltre 100 miliardi di dollari; nel contempo le aziende globali spendono 5 miliardi di dollari all'anno per la compliance, mentre oltre la metà dei dipendenti utilizza i propri dispositivi mobili per accedere ad applicazioni aziendali business critical.

Per supportare le aziende in questa sfida costante HP ha sviluppato una piattaforma integrata di Security Intelligence e Risk Management che abbina un Sistema di Gestione delle Informazioni e degli eventi di Sicurezza (SIEM) a un approccio preventivo basato su un modello di analisi intelligente delle minacce su scala globale.

Le soluzioni che compongono la piattaforma di sicurezza di HP sono proposte attraverso la divisione Enterprise Security Products (ESP) e comprendono i sistemi di nuova generazione HP TippingPoint per la prevenzione delle intrusioni (NGIPS), le soluzioni di protezione dei dati ArcSight, la famiglia Fortify per la sicurezza dello sviluppo applicativo e Atalla per garantire transazioni sicure, in un contesto di integrazione che coinvolge servizi, applicazioni e prodotti.

«Le tecniche d'intrusione sono sempre più complesse, articolate ed evolvono

con rapidità e diventa oggi indispensabile anticiparle e saperne intercettare ogni componente - ha osservato Pierpaolo Ali, Regional Sales Director Italy, Iberia, Turkey, Israel & Greece di HP Enterprise Security Products - HP Intelligent Security & Risk Management Platform è la concreta integrazione di singole eccellenze tecnologiche in una piattaforma unificata pensata per essere sempre un passo avanti a ogni tipo di minaccia».

La gamma di soluzioni per la sicurezza di HP segue un processo evolutivo che prevede sia la trasformazione e il miglioramento continuo delle tecnologie verticali, sia un'integrazione sempre più spinta delle funzionalità al fine di incrementare il livello di intelligenza e migliorare la gestione. È in base a questi presupposti che HP ESP ha recentemente ampliato la sua offerta con l'introduzione di una serie di nuovi componenti e l'aggiornamento di altri.

Tra le ultime novità vi è il rilascio di **HP ArcSight ESM versione 6.5c**, la soluzione SIEM di HP che è stata migliorata nell'integrazione tra le funzioni di amministrazione e analisi del rischio e facilitata nel deployment. Nella nuova release di ArcSight ESM è da segnalare soprattutto l'integrazione con Hadoop che abilita funzioni avanzate di analytics in tempo reale, con la possibilità di sfruttare la quinta generazione

del motore di correlazione CORR-Engine caratterizzato da prestazioni fino a 30 volte superiori a quella precedente.

Un altro tema a cui HP ha dedicato i propri sforzi è quello della sicurezza applicativa, che rappresenta un requisito critico, se si considera che gli analisti stimano che circa l'85% delle vulnerabilità complessive sia imputabile alle applicazioni.



Pierpaolo Ali, regional sales director Italy, Iberia, Turkey, Israel & Greece di HP Enterprise Security Products



ARCSIGHT APPLICATION VIEW

Con il rilascio di **ArcSight Application View** HP mette a disposizione una soluzione per la visibilità sugli eventi di sicurezza delle applicazioni, combinando le funzionalità di Fortify e di ArcSight ESM.

HP ArcSight Application View è stato progettato in base al presupposto che, il posto migliore per individuare, comprendere e mitigare le minacce legate alle applicazioni, risiede nel software stesso. Questa soluzione controlla automaticamente le applicazioni per fornire un'analisi intelligente sulle minacce combinando i log degli eventi di sicurezza generati dalle diverse applicazioni, incluse quelle legacy o personalizzate che, in molti casi, non sono state progettate per fornire capacità di registrazione dei log.

HP ArcSight Application View fornisce funzionalità di registrazione dei log senza la necessità di alcuna personalizzazione e mette i dati raccolti a disposizione di HP ArcSight ESM, integrandoli nei suoi dashboard e report.

Application View è basato su Fortify Real-Time Analyzer e rappresenta un agent a livello di Application Server, la cui implementazione non richiede di effettuare modifiche alle applicazioni.

Questa soluzione fornisce una capacità di monitoraggio delle applicazioni (Java, .NET e Cold Fusion) sensibile al contesto e può essere utilizzata per contribuire a colmare le lacune di sicurezza legate alle modalità di accesso degli utenti o a un utilizzo improprio delle applicazioni: per esempio, distingue tra l'accesso di un utente autorizzato a un'applicazione durante il normale orario di lavoro e il suo accesso ripetuto di Sabato a mezzanotte.

Application View individua e rende disponibili ad ArcSight una serie molto estesa di fenomeni di sicurezza tra cui citiamo, per esempio, errori nel controllo dell'autorizzazione, link interrotti, tentativi di forzare l'accesso in modalità "forza bruta", Denial of Service, modifiche ai privilegi dell'utente, navigazione nelle directory, buffer overflow, sicurezza dei cookie, violazioni della privacy, sottrazioni dei dati della carta di credito, attacchi spam.

Rappresenta una soluzione complementare al software HP Identity View focalizzato sul monitoraggio dell'identità degli utenti a cui, di fatto, può mettere a disposizione ulteriori dati legati alla sicurezza; inoltre, consente di correlare le informazioni sugli eventi legati alle applicazioni con quelle associate ai sistemi IDS/IPS: per esempio gli attacchi intercettati dai sistemi IDS/IPS possono essere correlati a uno specifico login alla applicazione, per conseguire una migliore visibilità su ciò che l'attaccante sta cercando di ottenere.

Oltre ad Application View, HP ha rilasciato la versione 1.0 di altri due prodotti.

Il primo è **HP ArcSight Risk Insight 1.0** una soluzione software che abilita, tramite ArcSight ESM, funzioni di analisi del rischio e di impatto sul business, fornendo una mappa del rischio dei servizi di business, una mappatura degli asset che estende il modello di ArcSight ESM, indicatori di rischio capaci di aggregare molteplici fonti, analisi di conformità dei processi di business.

L'altra novità è **HP ArcSight Management Center 1.0**, una console di sicurezza unificata e centralizzata che permette di configurare, distribuire e gestire l'analisi dei Log su deployment a larga scala e di fornire funzioni unificate di gestione delle modifiche. ✱

HP Intelligent Security & Risk Management Platform è la concreta integrazione di singole eccellenze tecnologiche in una piattaforma unificata

MONETE VIRTUALI E CYBERCRIME: L'ANALISI DI TREND MICRO

Il produttore specializzato in soluzioni di "content security" mette in guardia contro i rischi legati alle nuove forme di transazione virtuale

I ricercatori Trend Micro hanno presentato lo studio **Bitcoin Domains** che si propone di fare il punto sull'evoluzione delle monete virtuali e il loro legame con il mondo del cybercrime.

Bitcoin, nata nel 2009, è la prima e più nota moneta virtuale che sta incontrando crescente successo soprattutto in Cina e USA ma che desta preoccupazioni perché rimane suscettibile di trasferimenti di soldi illeciti anche attraverso l'impiego di malware e botnet. Le cosiddette "cripto-valute" che hanno seguito l'esempio di Bitcoin attualmente sono circa 80: dalla più antica, Litecoin, nata appena due anni dopo Bitcoin e che oggi rappresenta per diffusione la seconda valuta virtuale nel mondo, fino ai nuovi "cloni" scoperti quest'anno, come Gridcoin, Fireflycoin, Zeuscoin che si aggiungono ai pre-esistenti Worldcoin, Namecoin, Hobonickels.

In questo variegato universo, Trend Micro sceglie di mettere sotto i riflettori la valuta virtuale Namecoin e i domini .bit che sono poco costosi, privati e completamente non rintracciabili. Queste caratteristiche di anonimato dei domini .bit sono molto apprezzate dal cybercrime e possono costituire un punto di

partenza per nuovi attacchi malware. Server DNS Namecoin sono già stati rintracciati in Francia, Olanda e Germania.

Namecoin sfrutta lo stesso meccanismo che ha decretato il successo di Bitcoin essendo incentrato su un database collettivo decentralizzato che viene promosso attraverso ogni transizione e ogni utente ha completo accesso a tutti i domini che sono stati acquistati o modificati.

La sua diffusione è ancora limitata; al nove novembre 2013 erano, infatti, state eseguite poco più di 2,5 milioni di transazioni: un numero lontano dai 26 milioni di transazioni effettuate attraverso Bitcoin, ma che Trend Micro invita a non sottovalutare. ✱



PROTEZIONE AUTOMATICA CON BLUE COAT

L'azienda focalizzata nelle soluzioni di Business Assurance Technology ha rilasciato Advanced Threat Protection

Blue Coat Systems, azienda specializzata nel mercato della Business Assurance Technology, ha rilasciato la soluzione di Advanced Threat Protection che automatizza e allinea le best practice e le tecnologie alle procedure e alle normative aziendali, integrando funzioni di threat intelligence locale e globale.

In sintesi questa soluzione mette a disposizione una serie di tecnologie per affrontare tre tipologie di esigenze.

Per la rilevazione e protezione sfrutta l'applicazione **Blue Coat ProxySG** che protegge in tempo reale dalle minacce note e favorisce la predisposizione di "white list" delle applicazioni sfruttando il Blue Coat Global Intelligence Network, costituito da 15mila clienti e da oltre 75 milioni di utenti.



L'analisi e attenuazione dei rischi viene effettuata utilizzando il Blue Coat Content Analysis System con analisi malware e uso di sandbox, oltre alla Security Analytics Platform di Solera (società di Blue Coat), con ThreatBLADES integrato.

Infine, la fase di investigazione e riparazione utilizza Blue Coat Security Analytics Platform per eseguire il profiling di minacce avanzate e la risoluzione degli incidenti. ✱

PRESTAZIONI E PRECISIONE NEGLI SCANNER FUJITSU 7000 FI

Una nuova serie di scanner per l'azienda arricchisce l'offerta di Fujitsu PFU. Questi dispositivi sono in grado di scansionare sino a **160 pagine al minuto** e di leggere, contemporaneamente, un foglio in fronte e retro e in diverse modalità. Al termine della scansione, che richiede meno di un secondo, il documento è disponibile sia nella versione b/n che in quella con scala di grigi e anche in una terza versione a colori. Queste prestazioni consentono, in pratica, di alimentare contemporaneamente flussi di lavoro e di processo digitale dei documenti a secondo delle esigenze di diverse applicazioni.

Caratteristica di questo scanner è il sistema di anti-inceppamento e di allineamento automatico dei fogli; il trascinarsi è, infatti, realizzato tramite due diversi rulli che costantemente allineano il foglio impedendo che la lettura avvenga in modo non ottimale. «Ma non basta - ha evidenziato Lorenzo Todeschini, direttore commerciale di PFU in Italia - . A ulteriore sicurezza di funzionamento, gli scanner della famiglia 7000 fi sono dotati di due sensori interni che percepiscono rumori non usuali che possano indicare un funzionamento interno anomalo come, per esempio, l'inizio di un inceppamento. In tal caso avviene lo stop immediato del trascinarsi ed è possibile intervenire con rapidità per eliminare il problema».

Anche sul versante **software** sono da registrare alcune peculiarità che contribuiscono a rendere il dispositivo un efficace strumento per l'ufficio, dove sia necessario frequentemente convertire dati cartacei in digitali, come nel settore finanziario, della sanità o della PA.

Il driver PaperStream IP sviluppato da PFU contribuisce a migliorare il livello funzionale provvedendo a "ripulire" il foglio letto prima di salvarlo o inol-

trarlo verso un processo di gestione documentale. Il documento che si ottiene è privo delle imperfezioni che si accumulano su un foglio che viene stampato con stampanti datate, con inchiostri sbiaditi, con sbavature o il tipico alone grigio lasciato dal tempo o dal passaggio attraverso troppe mani. Sempre via software è possibile creare workflow dedicati in base al tipo di documento acquisito e ai programmi di terze parti utilizzati.

La nuova famiglia fi comprende i modelli 7180/7280 e 7160/7260. I primi alloggiavano una porta USB 3.0 e operano a una velocità massima di scansione di 80 fogli in formato A4 fronte/retro (quindi 160 pagine) al minuto, a 300 dpi. I secondi hanno una velocità di scansione di 60 fogli al minuto, sempre in fronte/retro.

Tutti i modelli incorporano la **tecnologia ISOP** (Intelligent Sonic Paper Protection) che tramite due sensibilissimi sensori acustici percepisce funzionamenti interni anomali. Il dispositivo prevede un display frontale di controllo orientabile che ne facilita la lettura in diverse condizioni di illuminazione. *

La nuova serie di apparati si caratterizza per velocità e facilità d'integrazione con le applicazioni di gestione documentale

di Giuseppe Saccardi



Scanner Fujitsu 7260 fi

RICOH DELINEA L'EVOLUZIONE PER FINANCE, MOBILE E GESTIONE DATI

Ricerche commissionate da Ricoh a Coleman Parkes Research evidenziano l'evoluzione di settori strategici della finanza e dell'economia e l'impatto delle moderne tecnologie IT

di Giuseppe Saccardi

Uno dei temi centrali dell'evoluzione tecnologica attuale è costituito dalla mole crescente di dati, un tema molto sentito in particolare nel mondo finanziario. Le aziende del Finance hanno compiuto grandi sforzi per cogliere le opportunità dei Big Data digitalizzando i documenti cartacei che stanno alla base dei processi di business. Questo è quanto emerge da una delle ricerche commissionate da Ricoh Europe a Coleman Parkes Research. I dati parlano da soli. Circa la metà delle aziende Finance (49%) ha affermato che ad ora nella propria organizzazione meno del 10% dei documenti è cartaceo, mentre negli altri settori le percentuali sono nettamente più elevate: 37% (Settore dell'Istruzione), 39% (Settore Sanitario) e 41% (Settore Pubblico).

La digitalizzazione ha un impatto notevole anche dal punto di vista dei costi. Oltre un terzo delle organizzazioni finanziarie (35%) ha affermato di aver ridotto i costi relativi all'archiviazione dei documenti cartacei a meno del 5% del fatturato, superando il Settore Pubblico (13%) e quello Sanitario (26%). In sintesi, si evidenzia come il Finance punti a digitalizzare i documenti più di quanto stiano facendo altri settori quali l'Istruzione, la Sanità e il Pubblico. Significativo è poi il fatto che un'azienda su cinque del Settore Finanziario si aspetti che il processo di digitalizzazione sia ultimato entro il prossimo anno, con una riduzione dei costi pari al 5-10% del fatturato.

L'IMPATTO DEL MOBILE BUSINESS

Centrata sugli impatti del mobile è invece una ricerca che Ricoh Europe ha commissionato a Coleman Parkes Research. Quello che ne emerge è che le aziende europee stanno cercando nuovi modi per migliorare la gestione e la condivisione delle informazioni. Oltre che sugli strumenti per la collaborazione, le organizzazioni stanno concentrando l'attenzione sulla digitalizzazione dei documenti e sul modello del **BYOD (Bring Your Own Device)** che amplirebbe l'accesso alle risorse aziendali. Tra le altre aree sotto i riflettori del campione d'indagine vi sono stati il mobile business (considerato interessante dal 59% degli intervistati) e l'utilizzo dei canali on line/social media nelle interazioni con i clienti (56%).

Per quanto riguarda il mobile business, i business leader sono convinti che l'impossibilità di accedere a documenti (70% del campione) e ai sistemi informativi (63%) mediante dispositivi mobili freni una condivisione efficace delle informazioni, come anche l'impossibilità di effettuare da remoto modifiche a documenti archiviati sui server aziendali. Significativo è il fatto che il 71% delle organizzazioni sta già effettuando investimenti in nuove tecnologie affinché i dipendenti possano essere produttivi sia fuori sia dentro l'ufficio. Non ultimo, il 69% delle aziende permette poi ai dipendenti di utilizzare i dispositivi personali per accedere ai dati e alle applicazioni aziendali.

La maggior parte delle aziende ha in sostanza implementato tecnologie all'avanguardia, ma il 62% dei business leader ha messo in evidenza come le potenzialità delle nuove tecnologie siano frenate dalla presenza di sistemi legacy di back-end. Al di là degli ostacoli tecnologici, secondo il 51% degli intervistati nelle aziende manca anche una "cultura aziendale" della condivisione delle informazioni, per cui è necessario non solo cambiare i processi e i sistemi IT a supporto, ma anche la mentalità dell'organizzazione.



SEMPRE PIÙ "INTELLIGENT WORKER"

Se dal campo della mobility e dei suoi dispositivi ci si sposta alle persone si è invece evidenziato che nei prossimi cinque anni il numero di "intelligent worker" (iWorker) delle aziende europee aumenterà in maniera esponenziale. Attualmente, solo il 4% dei business leader europei definisce la maggioranza dei dipendenti della propria azienda con il termine iWorker, vale a dire knowledge worker che hanno accesso 24/7 a tutte le informazioni utili a soddisfare le necessità dell'azienda e dei suoi clienti. I responsabili aziendali prevedono comunque un cambiamento significativo entro i prossimi cinque anni: il 37% del campione d'indagine è infatti convinto che entro l'oramai non lontano 2018 la maggior parte della popolazione aziendale sarà costituita da iWorker.

È però emerso come, prima di incrementare la presenza degli iWorker, sia necessario risolvere importanti questioni e compiere passi ben precisi. Secondo i responsabili delle aziende europee le attività da svolgere per arricchire le competenze dei dipendenti consistono (in prima posizione) nel mettere a loro disposizione **strumenti per la collaborazione** che favoriscono la condivisione della conoscenza e l'interscambio di informazioni tra persone che lavorano in differenti luoghi. Al secondo

posto sono state citate l'ottimizzazione dei processi aziendali - mediante l'analisi delle modalità di lavoro dei dipendenti e l'utilizzo corretto delle tecnologie - e il passaggio al cloud. In quarta posizione, i responsabili aziendali hanno citato la digitalizzazione dei documenti cartacei con l'obiettivo di migliorare l'accesso alle informazioni, attuali e storiche, che sono importanti per l'azienda e che agevolano i processi decisionali.



L'IMPATTO DELLA DIGITALIZZAZIONE: DAI BIG AI BIGGER DATA

Tornando al problema dei dati, ovvero, dei Big Data, i manager italiani sono consapevoli di come la questione vada oltre la grande quantità di informazioni digitali esistenti e comprenda i documenti cartacei che contengono dati importanti per il business. Dematerializzando questi documenti le organizzazioni hanno la possibilità di migliorare la conoscenza del business e di aumentare il proprio vantaggio competitivo.

Va osservato che il fenomeno dei Big Data è cambiato rispetto al passato e oggi si è entrati nell'era dei Bigger Data che vede le aziende impegnate nella gestione dei documenti cartacei al fine di migliorare i processi decisionali. Se informazioni importanti rimangono "intrappolate" nei documenti cartacei per le aziende è infatti difficile mantenere una visione a 360° del business e prendere decisioni che siano davvero efficaci.

I benefici però vanno oltre la semplicità di accesso e includono **maggiore velocità dei processi e riduzione dei costi**. Digitalizzando e gestendo in maniera integrata le informazioni, le aziende possono migliorare la conoscenza del proprio business e guadagnare vantaggio competitivo. Anche i risparmi sono significativi: il 56% dei leader delle aziende italiane ritiene che digitalizzando le informazioni si otterrebbe una percentuale di risparmio quantificabile tra il 5 e il 20% del fatturato. Di questi, il 35% stima tra il 5 e il 10% di risparmio, mentre per il 21% la percentuale si attesta tra l'11 e il 20%.

Le aziende che si preparano a cogliere le opportunità dei Bigger Data saranno quindi in grado di prendere velocemente decisioni e otterranno significativi vantaggi. *

RAGGIUNGE QUOTA 200 MILIONI IL NUMERO DI STAMPANTI HP LASERJET

Consegnata la duecento milionesima stampante della serie: un traguardo che ha alle spalle quasi 30 anni di continua innovazione tecnologica

I numeri sono numeri e 200.000.000 di certo bello è, soprattutto per un produttore che sul mercato deve confrontarsi continuamente con concorrenti molto agguerriti. Per festeggiare questo traguardo, l'azienda ha creato una serie di stampanti HP LaserJet in **edizione limitata**, che sarà esposta presso i centri HP Customer Experience di tutto il mondo, da Barcellona a Pechino, da Città del Messico a Palo Alto. «Con l'introduzione della prima LaserJet, nel 1984, HP ha dato il via a una rivoluzione della stampa che ha modificato radicalmente il modo in cui



HP LaserJet Pro 200 Color MFP

le aziende interagiscono con i contenuti - ha commentato Susanne Heis, vice president and general manager, Printing Systems EMEA di HP -. La consegna della nostra duecentomilionesima LaserJet dimostra che abbiamo proseguito sulla strada dell'innovazione: una strada che certo non finisce

qui. HP continuerà ad aiutare i suoi clienti a trasformare le sfide in opportunità per migliorare il modo in cui le aziende digitalizzano, gestiscono e utilizzano i contenuti».

I momenti più significativi che hanno segnato questa pluridecennale storia sono stati individuati da HP come segue.

- 1984: la prima stampante laser desktop.
- 1991: HP Jetadmin, semplifica la gestione remota delle stampanti sulle reti aziendali.
- 1994: HP Colour LaserJet, introduce la stampa laser a colori.
- 2004: HP LaserJet M4345 MFP fornisce funzioni di stampa, copia, invio digitale e gestione avanzata della carta.
- 2010: HP LaserJet P1102 riceve da Energy Star la designazione di stampante laser più efficiente al mondo a livello energetico.
- 2013: HP LaserJet Enterprise 800 e HP 1200w Mobile Print Accessory abilitano la stampa mobile e per attivarla basta avvicinare lo smartphone o il tablet alla stampante. ✨

LA STAMPA CHE NON SI INCEPPA DI BROTHER

Disponibili nuovi modelli di stampanti laser per i piccoli uffici, con velocità di 20 pagine al minuto

Sono tre i nuovi modelli laser monocromatici (HL-1110, DCP-1510 e MFC-1810) progettati da Brother per i piccoli uffici che hanno l'esigenza di stampare anche elevati volumi a costi ridotti senza, per questo, rinunciare alla velocità.

Attenzione particolare, ha dichiarato la società, è stata posta all'affidabilità, ottenuta anche tramite l'adozione della **tecnologia anti-jam** indirizzata a risolvere il problema dell'inceppamento della carta. Questa tecnologia si basa sulla lunghezza aumentata delle guide laterali che indirizzano la carta direttamente verso il motore e ne evitano la deviazione, su un doppio rullo di alimentazione che migliora il prelievo dei fogli e riduce la formazione di polvere, a cui si aggiunge la riduzione del percorso della carta (da 450 a 220 mm).

Caratteristiche comuni ai tre modelli sono: la velocità di stampa di 20 pagine al minuto, il vassoio da 150 fogli e la funzione N-in-1 Print, per risparmiare toner e carta grazie

alla possibilità di concentrare 2, 4, 9, 16 o 25 pagine in un unico foglio. In particolare, HL-1110 è una stampante laser monocromatica con interfaccia USB 2.0 e la DCP-1510 è una multifunzione ultra compatta con stampa laser monocromatica. La MFC-1810 è un modello studiato per semplificare la gestione dei processi di stampa grazie all'integrazione

di funzioni di stampa, copia, fax e scansione in un'unica soluzione con interfaccia USB 2.0 full Speed e funzionalità di scansione diretta verso e-mail/immagini/file. ✨



La stampante Brother MFC-1810



Make IT
Dynamic

Concentrati sul Business.

Sviluppato da Fujitsu per aiutare le aziende a ridurre i costi e migliorare le infrastrutture IT, **MAKE IT DYNAMIC** è un insieme di soluzioni modulari, complete e affidabili che integrano le tecnologie di Fujitsu e dei suoi solution partner.

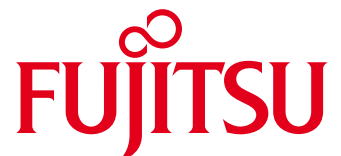
MAKE IT DYNAMIC offre soluzioni basate sui server PRIMERGY con Windows Server 2012, che ottimizza le tecnologie esistenti e introduce nuove funzionalità per permettere ai professionisti IT di aumentare l'affidabilità e l'efficienza dell'infrastruttura server.

PRIMERGY RX300 S8



INFO » www.fujitsu.com/it
NUMERO VERDE » 800 466 820
E-MAGAZINE » <http://tech4green.it>

shaping tomorrow with you





di Gaetano Di Blasio

Software (being) Defined Networking

Confesso una vaga nostalgia della pila OSI. Pur affascinato dalla dinamicità introdotta con la virtualizzazione e consapevole delle potenzialità che le nuove architetture "software defined" portano alla flessibilità di gestione dell'IT, mi sento disorientato con la testa tra tutte queste "nuvole". Anche la rete, la cui fisicità rappresentata dal cablaggio già è stata messa in discussione dal wireless, si avvia a essere virtualizzata ben oltre le virtual LAN e s'alza, sul fronte dei fornitori, l'inno al Software Defined Networking (SDN).

L'interesse è forte, alimentato dalla promessa di una gestione automatizzata a più livelli, ma è forse opportuno gettare un po' d'acqua sul fuoco (pur rischiando di generare ulteriore vapore).

Lo scorso autunno si sono susseguiti gli annunci di architetture SDN, avallando il sospetto che il cammino verso la semplificazione del mercato e la definizione di un offerta chiara sia ancora lungo. Il punto è che si sono sviluppate diverse "cordate", alle quali prendono parte praticamente tutti i principali attori del settore. Davvero un notevole esempio di larghe intese. VMware, cui va il merito di aver introdotto il concetto di Software Defined Data Center, nel 2012 ha acquisito Nicira, che a sua volta aveva dato un contributo determinante nel lancio del progetto open source Openstack per il cloud computing. A questo aderiscono quasi tutte le aziende del networking. Come pure tutte fanno parte di OpenDayLight, altro progetto analogo che pure lavora all'SDN e, naturalmente, al primo di tutti: l'OpenFlow SDN, portato avanti dall'ONF (Open Networking Foundation), cui partecipano alcuni tra i principali operatori di TLC e service provider. In particolare, vi fanno parte HP e Cisco, che, nell'ordine, hanno annunciato le proprie architetture per l'SDN, rispettivamente a settembre e ottobre del 2013. Più precisamente, HP ha annunciato un SDN developer kit e un app store, prima di rivelare i dettagli sulla tecnologia, lasciando intuire che c'è ancora molto da sviluppare. Cisco, invece, ha annunciato l'architettura ACI (Application Centric Infrastructure), che comprende un Application Policy Infrastructure Controller e si basa sul sistema Nexus 9000 e su una nuova versione del sistema operativo NX-OS. Inutile dire che molto ampio è l'ecosistema di partner interessati all'ACI. Alcuni blogger statunitensi mettono in contrapposizione le diverse architetture, a cominciare dall'ACI di Cisco con l'OpenFlow SDN. All'atto pratico, come accennato, tutti i vendor sono impegnati su più fronti. Non resta che attendere e confidare che in futuro si potrà contare su una concreta, ancorché virtuale, interoperabilità tra le varie SDN.

Il Digital signage continua a dimostrarsi un mercato molto vivace che acquista versatilità d'impiego sia nell'advertising, sia per l'uso informativo, sia nelle applicazioni guidate dal brand.

Le esigenze di business che alimentano questo successo sono diversificate.

Le aziende più grandi hanno compreso le enormi potenzialità insite in un sistema che consente di modificare il messaggio visualizzato su una rete di display in base alla localizzazione del singolo apparato, al giorno della settimana e all'orario e alla profilazione dell'audience, avvicinandosi sempre più a quel modello ideale di comunicazione personalizzata che il marketing insegue da sempre.

La fase attuale appare caratterizzata da un crescente livello di semplificazione e da una progressiva integrazione di tutti i componenti evitando, per esempio, l'utilizzo di media player esterni: accorgimenti che puntano a ridurre i costi e a migliorare l'esperienza d'uso, rendendo questo tipo di soluzioni sempre più alla portata anche delle piccole aziende o dei piccoli esercizi commerciali.

Si ampliano parallelamente i settori in cui queste soluzioni trovano spazio: retail, ospitalità, Sanità, "education", Pubblica Amministrazione, sedi aziendali.

I trend tecnologici che stanno alimentando il mercato delle soluzioni signage possono essere ricondotti a due direttrici fondamentali.

La prima riguarda essenzialmente la qualità dei sistemi di visualizzazione, che segue e sfrutta le stesse leve che alimentano il mercato consumer e dei televisori domestici: dimensioni sempre più grandi, risoluzioni sempre più elevate, effetto 3D. La seconda direzione riguarda invece gli aspetti legati alla componente IT e infrastrutturale e comprendono, per esempio, le modalità di gestione dei contenuti, la loro memorizzazione (per esempio in modalità cloud), le prestazioni di rete per garantire flussi all'altezza dell'elevatissima qualità video, la versatilità applicativa e l'interazione con il mondo mobile e wireless.



DIGITAL SIGNAGE

Un settore in costante crescita in cui aumentano le possibili applicazioni per settori sempre più estesi dal retail, all'ospitalità, alla Sanità. Un successo guidato da importanti opportunità di business e che, dal punto di vista tecnologico, si orienta verso un desiderio di integrazione, risoluzione 4K, display di grandi dimensioni, software evoluti e interattività sempre più spinta

di Riccardo Florio

Interattività significa opportunità

Il futuro del Digital signage è anche sempre più correlato al tema dell'interattività, che racchiude in sé il germe di un aspetto che rappresenta l'eldorado per il mondo dell'advertising e della comunicazione che è la misurabilità.

L'interattività si realizza, per esempio, attraverso la tecnologia touch che rappresenta uno dei principali driver dello sviluppo applicativo associato a questo mercato. Ci sono poi una serie di nuove tecnologie che si affacciano all'orizzonte quali i sistemi per il rilevamento della presenza e la geolocalizzazione oppure la tecnologia di connessione wireless a breve distanza NFC (**Near Field Communication**) sempre più spesso presente sui nuovi dispositivi mobili e per la quale in molti prevedono un boom, sotto la spinta delle applicazioni di micro-pagamento.

Queste tecnologie potrebbero consentire non solo di rendere più efficace il messaggio visualizzato sul display, ma anche di trasferirlo sul dispositivo mobile di uno spettatore attraverso meccanismi di download automatizzato e autorizzato di contenuti, veicolandone ulteriormente la diffusione.

Verso il 4K

Tra i trend tecnologici che stanno caratterizzando questo mercato vi è certamente la rincorsa a risoluzioni grafiche sempre maggiori.

Il 4K o Ultra High Definition (UHD) è la più recente frontiera della risoluzione video pari a **3840 pixel × 2160 linee** (8.3 megapixel in formato 16:9) corrispondente al doppio di risoluzione orizzontale e

verticale rispetto al formato 1080p (HDTV) di cui quadruplica il numero di pixel. L'alta concentrazione di pixel che caratterizza i nuovi schermi 4K li rende particolarmente adatti per le applicazioni di Digital signage e, in generale, per ogni tipo di applicazioni in cui la componente visale rappresenta un elemento di valore aggiunto.

Tutti i principali produttori di display professionali hanno ormai predisposto un'offerta in tal senso e di recente il 4K è approdato anche al mondo dei videoproiettori. Una tecnologia disponibile, ma non per tutti, considerando che attualmente un display da 32 pollici 4K può avere un costo vicino ai 4mila dollari mentre per un LFD da 80 pollici ne servono 15mila.

Owamente si punta sulla diffusione che gli schermi 4K potranno avere nel mercato consumer per accelerare lo sviluppo tecnologico e ridurre rapidamente i prezzi. L'altissima definizione ha, però, anche significative ripercussioni di tipo tecnologico sui sistemi di trasferimento e distribuzione dei video. È vero che il 4K può essere distribuito su cavi standard Cat. 5/6 ma la quantità di informazioni necessaria pone seri limiti nel trasferimento: 2 ore di video UHD possono superare 100 GB. Questi ostacoli tecnici non sembrano però dissuadere i produttori che, mentre giocano la partita del 4K, stanno già preparando il formato 8K UHD che porterà la risoluzione a 7680 pixel × 4320 linee (33.2 Mpx).

Le dimensioni contano

In realtà le ragioni per spostarsi verso l'UHD sono da ricercare nel trend verso display di dimensioni

sempre più grandi. Infatti, gli studi sulla fisiologia dell'occhio umano hanno dimostrato che anche uno spettatore che disponga di un'acutezza visiva di 20/20, per riuscire a distinguere i dettagli che offre una risoluzione così elevata, dovrebbe osservare lo schermo da una distanza non superiore a 1,8 volte l'ampiezza del display, poiché a distanze inferiori i dettagli sfumerebbero l'uno dentro l'altro.

Fortunatamente l'utente finale sembra condividere l'idea che "grande è bello" e i consumatori sono ormai abituati a disporre nella propria abitazione domestica di televisori anche di 50 o 60 pollici.

In abito professionale abbiamo già superato i 100 pollici e il limite al rialzo non sembra essere dettato da ragioni tecnologiche ma bensì di prezzo.

Questo aspetto ha un impatto rilevante anche nel modo in cui si distribuisce il mercato tra display e sistemi a proiezione poiché il rapporto tra costo e dimensioni resta un dei principali elementi su cui si gioca la battaglia discriminante nella scelta tra i due tipi di tecnologia.





L'importanza del software

La componente software è essenziale per proporre soluzioni di comunicazione realmente integrate non solo dal punto di vista tecnologico ma anche del servizio e dell'assistenza tecnica.

Va poi ricordato che il Digital signage, anche se può essere usato come tale, non è un mezzo indirizzato all'intrattenimento, ma un metodo di comunicazione. È stato verificato che prendere un contenuto video, per esempio uno spot, e visualizzarlo a ripetizione all'interno di uno spazio commerciale, non fornisce un grande valore aggiunto ma, anzi, viene percepito prevalentemente come un fastidioso rumore di fondo. L'idea che si persegue non è più, quindi, solo quella di una rappresentazione visuale ma di integrare elementi di brand e di prodotto proponendoli in un modo nuovo per **fornire un'esperienza** che resti il più possibile nella memoria dello spettatore. Per creare questo effetto di stupore i fornitori di servizi devono puntare ad abilitare un livello di convergenza tra tecnologie, esperienze e media che sia in

grado di aggiungere valore, perché senza questo il Digital signage diventa un semplice sostituto più costoso del signage tradizionale.

Questi requisiti vanno affrontati a livello del software, che dovrebbe avere la capacità di visualizzare una varietà di tipi di media differenti (preferibilmente nel loro formato nativo) per rendere più dinamico e interessante il messaggio alternando animazioni, immagini statiche e video live.

L'integrazione con altri parametri ambientali è un altro elemento da considerare. Per esempio, se all'interno del locale in cui è posizionato il display è possibile sentire musica, il software dovrebbe essere in grado di disattivarne o abbassarne il volume automaticamente quando un messaggio con audio viene riprodotto sullo schermo.

Altri requisiti auspicabili del software dovrebbero essere la possibilità di generare playlist dinamicamente in base a qualsiasi numero di criteri e in momenti diversi della giornata, di selezionare risorse multimediali dinamicamente in base a specifici tag associati alle diverse attività e di supportare un elevato livello di scalabilità per poter espandere la rete di signage a piacere.

Digital signage in 3D

La tecnologia 3D continua a rappresentare un'importante leva per questo settore (sebbene ultimamente messa un po' in ombra dal 4K), perché promette un'esperienza visiva più stimolante, coinvolgente ed efficace attraverso una profondità di campo e un livello di dettaglio che non si riescono a raggiungere nei media tradizionali. Inoltre, poiché le persone non hanno (ancora) questa

tecnologia a casa loro, questo permette agli inserzionisti di mostrare contenuti dinamici che il 99% della popolazione non ha mai visto prima ottenendo più attenzione e per un periodo più lungo rispetto ai contenuti tradizionali 2D.

La tecnologia 3D in ambito Digital signage richiede però una serie di **accorgimenti tecnologici** non sempre facilmente realizzabili.

Dopo aver superato il limite dell'osservazione 3D senza occhiali grazie alla tecnologia autostereoscopica, va affrontato il vincolo della collocazione del display che deve essere posizionato perpendicolarmente rispetto al flusso di traffico, in modo da potere essere osservato frontalmente. Inoltre, il display

3D dovrebbe sempre trovarsi a livello degli occhi affinché l'osservatore possa avere un'esperienza tridimensionale priva di alcuna distorsione. Anche la luce del sole e l'eccessiva illuminazione, ancora più di quanto non lo sia per un display 2D, rappresentano nemici che possono pregiudicare una visualizzazione ottimale.

Gli ambienti preferenziali per il Digital signage 3D sono da individuare in quelle aree dove le persone hanno un tempo di permanenza prolungato: per esempio aeroporti, stazioni ferroviarie, fermate dei taxi o degli autobus. *

Per essere efficace, il contenuto di una soluzione di Digital signage deve fornire costantemente all'audience una ragione per guardare e per continuare a guardare



SONY SI PROIETTA NEL FUTURO PUNTANDO SUL 4K

Il produttore rilascia la Serie S di proiettori professionali 3LCD, una serie di soluzioni 4K, un proiettore a luce laser e Vision Presenter PWA-VP100 che permette di visualizzare contemporaneamente dati provenienti da più sorgenti

di Dino Sauri

Alla più importante fiera del settore europeo ISE 2014 Sony si conferma un protagonista del mercato dei proiettori professionali con una serie di nuovi annunci che ampliano l'offerta e il livello di innovazione tecnologico.

Il produttore ha annunciato il rilascio di nove modelli di **proiettori della Serie S** basati su tecnologia 3LCD, che offrono immagini con luminosità compresa tra 2600 e 3200 lumen e dotati di caratteristiche aggiuntive che riducono l'impatto ambientale e il costo totale di proprietà.

A questi si aggiunge il proiettore a sorgente di luce laser 3LCD siglato **VPL-FHZ55**. Dotato di tecnologia BrightEra, questo proiettore vanta una luminosità da 4000 lumen con una risoluzione UXGA (1920 x 1200), posizionandosi come uno dei prodotti di punta nella sua categoria. Sony lo presenta come un dispositivo capace di funzionare fino a 20.000 ore senza



Il proiettore a luce laser Sony VPL-FHZ55

richiedere manutenzione: caratteristica che lo rende particolarmente interessante nelle applicazioni che prevedono utilizzo del display per periodi di tempo prolungati.

Sony ha anche lanciato **Vision Presenter PWA-VP100**, una soluzione che permette di visualizzare dati da più sorgenti e creare presentazioni visive efficaci e di grande effetto in cui possono convergere filmati, immagini, diapositive, siti Web e videoconferenze.

Vision Presenter utilizza un sistema di visione 4K ed è utilizzabile con un tradizionale mouse wireless o un tablet, offrendo la possibilità di selezionare il modello del layout ottimale con cui visualizzare simultaneamente le informazioni provenienti da più fonti. Se utilizzato con i proiettori WUXGA profes-

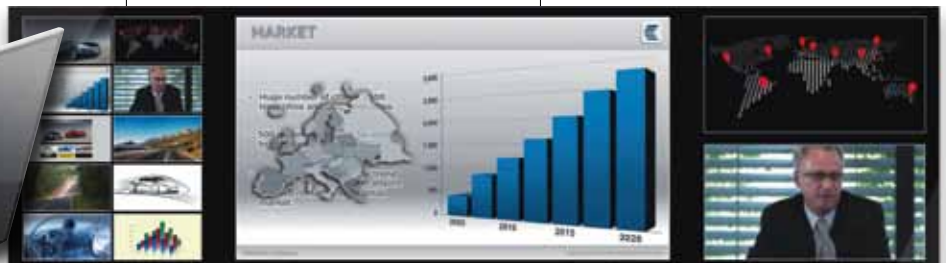
sionali di Sony dotati di funzionalità Edge Blending, Vision Presenter consente di affiancare le immagini provenienti da più proiettori per creare un'unica immagine di grandi dimensioni (fino a 3.552 x 1.200).

Questa soluzione può anche controllare da remoto i movimenti pan/tilt/zoom delle telecamere PTZ di Sony serie SRG (SRG-120DH, SRG-300H) e BRC (BRC-H900, BRC-Z700, BRC-Z330)

abilitando la presentazione sullo schermo di immagini video live. Sempre nel mercato della proiezione con risoluzione 4K si colloca il Sony SRX-T615, indicato per l'utilizzo in ambienti complessi quali parchi a tema, musei e altri siti di attrazione turistica.

Il produttore non trascura neppure l'offerta di display e al mercato digital signage e della comunicazione indirizza l'interessante soluzione U-Touch BRAVIA, risultato della combinazione tra i display professionali di Sony con tecnologia touch-screen di Inmersus, che trasforma il display in un hub interattivo alla guisa di smartphone e tablet. La gamma BRAVIA si è poi ampliata con una serie di soluzioni 4K tra cui il nuovo display FWD-65X8500P 4K, e i dispositivi interattivi Serie W800 con funzionalità touch e HTML5. *

Display professionale Sony BRAVIA 4K



Sony Video Presenter

SEMPRE PIÙ GRANDE E INTEGRATO IL DIGITAL SIGNAGE DI SAMSUNG

Il produttore coreano ha presentato una serie di Large Format Display in UHD con dimensioni fino a 110 pollici e la seconda generazione della sua piattaforma integrata per lo "smart signage"

di Riccardo Florio

Si è da poco conclusa ISE 2014, la più importante fiera di Audio-Video ed Electronic System Integration professionale in Europa, durante la quale molti produttori hanno annunciato importanti novità per l'anno in corso.

Gli annunci di Samsung evidenziano una forte attenzione per il settore Large Format Display (LFD) e digital signage all'insegna di soluzioni che diventano sempre più "smart" e di una crescente integrazione tra soluzioni di visual display e digital signage all'interno delle strategie di business in settori verticali quali: Retail, Hospitality, Pubblica Amministrazione e mondo Corporate.

Tra le novità più significative vi è l'arrivo della **seconda generazione della Samsung Smart Signage Platform** aggiornata e migliorata rispetto alla versione lanciata un anno fa, che sarà integrata all'interno degli LFD Samsung rilasciati nel 2014. Questa piattaforma integra un lettore multimediale, i software per la gestione e sviluppo dei contenuti (MagicInfo e WebAuthor) e tecnologia Wi-Fi, consentendo di creare un'interfaccia videowall touch interattiva, personalizzabile e controllabile da remoto, senza richiedere l'utilizzo di pc o altri dispositivi esterni.

Per il 2014 il produttore coreano prevede il rilascio di una linea di **Large Format Display UHD** che saranno resi disponibili entro la prima metà dell'anno in una molteplicità di formati, da 32" fino ai 95" del modello ME95C, caratterizzati oltre che da un'elevatissima qualità e definizione d'immagine, anche da una cornice di soli 3,5 mm.

A ISE 2014 Samsung ha anche

mostrato il Large Format Display UHD da 110", che si distingue per lo straordinario impatto visivo assicurato da dimensioni finora mai raggiunte. Lo schermo di questo display è suddivisibile in 4 aree distinte per favorire, per esempio, lo svolgimento di attività di videoconferenza.

Prevalentemente al mercato **Retail** si indirizza invece la nuova serie di display Samsung di piccole dimensioni da 10" e da 20" che puntano a elevare l'interazione con i clienti anche all'interno di negozi con scarsa disponibilità di spazio.

Alle strutture dell'**Hospitality**, sempre più aperte verso tecnologie di visual display professionale per l'intrattenimento e l'informazione nelle camere e negli spazi comuni, si indirizza invece Samsung LYNK SINC 3.0, una soluzione widget basata su un indirizzo IP con cui è possibile creare, modificare, gestire da remoto e condividere con i propri ospiti sul display Samsung qualsiasi tipo di contenuto personalizzato.

Per rispondere alle esigenze del mondo **Corporate** Samsung ha deciso di proporre nuove so-

luzioni display per la creazione di ambienti di lavoro collaborativi in cui, alla nuova gamma di display UHD, si affianca la soluzione Samsung Magic IWB 3.0 che consente a molteplici LFD di operare come una singola unità, consentendo alle persone di cooperare in modo efficiente e di condividere i propri contenuti attraverso pc e tablet. *



PANASONIC SCEGLIE AFFIDABILITÀ E ROBUSTEZZA PER IL MERCATO PROFESSIONALE

Un'offerta per il mercato professionale che punta su tecnologia LCD e affidabilità certificata, per resistere a condizioni estreme e garantire la visibilità in ogni situazione di illuminazione

Attraverso la divisione Visual System Solutions Panasonic propone una gamma di prodotti che spazia dai proiettori a display wide-screen ai sistemi per la videoconferenze HD. L'offerta del produttore comprende un'ampia serie di display LCD utilizzabili in qualsiasi contesto, dagli aeroporti ai centri commerciali, agli ambienti outdoor e semi-outdoor. Panasonic punta su un'utenza pro-

fessionale a cui propone soluzioni a elevata luminosità e con capacità avanzate di gestione delle immagini per sviluppare applicazioni creative, mentre la struttura robusta, l'espandibilità e la gamma completa di terminali di ingresso le rendono adatte per il digital signage sia outdoor sia indoor.



Il modello di punta per il digital signage è siglato **TH-47LFX6**. Si tratta di un display LCD da 47 pollici, con risoluzione Full HD e una luminosità da 1000 cd/m². Dispone di certificazione IP44, struttura in alluminio anti-corrosione e schermo in vetro temperato, che ne consentono l'utilizzo anche in condizioni ambientali critiche per umidità, temperatura ed elevata luminosità. La tecnologia **Digital Link** abilita la trasmissione di video HD non compressi, audio e segnali di controllo su un singolo cavo CAT5 o superiore connesso direttamente al display su distanze fino a 100 metri. *

NEC DISPLAY SOLUTIONS: LA VARIETÀ FA LA FORZA

L'azienda nipponica punta sulla versatilità, con un portfolio di soluzioni ampio e diversificato che riunisce soluzioni di proiezione e display ad altissima risoluzione

Display di formato più grande e a più elevata risoluzione, tecnologia multi-touch, proiezione multi-screen e interattiva, risoluzione Ultra-HD 4K, proiettori a sorgente laser e ibrida: sono questi i temi che guidano i recenti sviluppi di NEC Display Solutions, società interamente controllata da NEC Corporation. Tra le ultime novità per il digital signage si segnalano i display di grande formato UHD Multisync X841UHD e X651UHD ed il modello MultiSync E232WMT con 10 punti touch e webcam FHD.

Per le applicazioni in ambito **retail** NEC propone i monitor MultiSync Serie P (con dimensioni che variano da 40 a 80 pollici), dotati di un sensore incorporato per la comunicazione di prossimità basata su tecnologia NFC (Near Field Communication) a cui si aggiunge un sensore opzionale per la presenza umana, per sviluppare applicazioni creative basate sull'interattività. Questi monitor sono potenziati dal lettore OPS Digital Signage basato su sistema Android e incorporato direttamente nel display. All'area "**collaboration**" NEC in-



dirizza soluzioni integrate come il display multi-touch modello MultiSync V652-TM e il proiettore ultra-short UM330Wi da abbinare a una multi-penna interattiva e a una soluzione touch che sfrutta il software collaborativo DisplayNote. È rivolta, invece, ai **facility manager e agli operatori di control room**, la soluzione NEC Hiperwall che abbinata tra loro quattro proiettori PA622U con funzione Edge Blending 4K per arrivare a fornire un'immagine proiettata da 156 pollici in risoluzione UHD senza richiedere alcun software esterno aggiuntivo. *

Il buon successo ottenuto da Philips Signage Solutions nell'anno appena conclusosi alimenta gli sforzi per il 2014 del produttore che ha recentemente rilasciato la SmartCollection, un insieme di innovazioni tecnologiche per il deploy e la gestione del digital signage che interessano la brillantezza dell'immagine, l'utilizzo di piattaforme cloud-based, il controllo utente e la gestione dei contenuti.

Questi miglioramenti contribuiscono a spostare sempre più il focus strategico di Philips spostandolo da un approccio incentrato sulla commercializzazione di display verso un ruolo di fornitore di soluzioni complete di digital signage.

Importante in questo percorso è l'introduzione della **piattaforma SmartSignage** per distribuire e gestire contenuti digitali ed esercitare il controllo della rete di "signal display" Philips da qualsiasi postazione remota. Si tratta di una piattaforma basata su tecnologia aperta che offre un'alternativa rispetto alle soluzioni che richiedono un lettore multimediale esterno e che dimostra l'ambizione di Philips Signage Solutions a portare soluzioni cloud-based innovative in questo settore, che offrono nuove opportunità sia ai system integrator che ai proprietari delle infrastrutture di rete. I contenuti per la piattaforma SmartSignage

possono essere sviluppati utilizzando la tecnologia standard HTML5 e Philips ha messo a disposizione lo SmartSignage Software Development Kit (SDK) per semplificare ulteriormente il processo di sviluppo di contenuti. L'SDK di Philips fornisc

sce agli sviluppatori anche funzioni di emulazione e validazione delle App e funzionalità CSS, mentre i servizi di SmartSignage saranno assicurati attraverso l'alleanza cross-industry SmartTV.

Per il 2014 Philips ripone grandi attese nella nuova **Serie X-Line** di prodotti per video wall, che rappresenterà la punta di diamante per lo sviluppo di soluzioni video wall per il signage del vendor, caratterizzata grazie alla Smart Technology, da una migliore qualità dell'immagine e da un nuovo kit di calibrazione colore.

La **Serie Q-Line**, che dal suo lancio nel 2013 ha dato al produttore ottime soddisfazioni, si conferma la soluzione digital signage di fascia entry e facile installazione, indirizzata alle piccole realtà del settore retail.



Display E-Line 55"

LA SMARTCOLLECTION RAFFORZA LE "SIGNAGE SOLUTIONS" DI PHILIPS

Con l'annuncio della piattaforma aperta SmartSignage, affiancata da uno specifico Software Development Kit e da nuove soluzioni display di grande dimensione e UHD, il produttore spinge l'acceleratore e punta a rafforzare il suo ruolo come fornitore di soluzioni complete

di Riccardo Florio

Al mercato professionale per attività 24/7 si indirizzano i dispositivi **Serie E-Line** per progetti di segnaletica digitale a ospiti e viaggiatori nel settore sanitario, dell'ospitalità e dei trasporti e i display della **Serie V-Line**, che rispetto alla E-Line, forniscono immagini più definite e brillanti per offrire buona visibilità in qualsiasi condizione di luce e angolo di visuale e che si avvalgono della tecnologia IPS (In-Plane Switching).

Con l'offerta di display della **Serie UHD** Philips porta al massimo il livello di prestazioni e di chiarezza della sua offerta Large Format Display con modelli disponibili nel formato da 65 e 84 pollici che mantengono elevati rapporti di contrasto e brillantezza nonostante le dimensioni.

Philips Signage Solutions propone anche soluzioni di digital signage di tipo 3D visibili senza occhiali speciali che offrono elevati livelli di realismo indirizzandosi ad ambienti come musei, negozi di prestigio e per la pubblicità presso i point-of-sale. *

GRATIS DA MICRO FOCUS LE RISORSE PER PROGRAMMARE IN VISUAL COBOL

Per favorire la diffusione del Visual Cobol, ed entrare più facilmente nel mondo del lavoro, Micro Focus ha dato il via gratuitamente all'Academic Program, aperto a studenti, start-up e sviluppatori

di Giuseppe Saccardi

UNA RISPOSTA ALLE ESIGENZE DI MIGRAZIONE E DI OTTIMIZZAZIONE DI CAPEX E OPEX

Il Visual Cobol è una particolare e moderna implementazione del Cobol orientata ai framework .NET e Java. In sostanza, rappresenta un'evoluzione del classico linguaggio a cui fornisce la possibilità di evolvere verso una programmazione a oggetti. Permette di modernizzare le applicazioni esistenti, farle evolvere rapidamente e a basso costo e inserirle in un contesto di mobility aziendale e cloud, il tutto salvaguardando gli investimenti fatti e accelerando di molto il trasporto in questi evoluti e profittevoli scenari di tutto il patrimonio software applicativo aziendale. E soprattutto permette di farlo senza correre i classici rischi connessi alla sostituzione in toto di applicazioni core business.

È per questo, evidenzia Giuseppe Gigante, marketing manager di Micro Focus, che le aziende sono molto interessate a questo linguaggio, e perché Micro Focus si è attivata per favorire un approccio evolutivo invece che sostitutivo. Certo che viene da domandarsi perché nell'epoca di Internet, di Java, di .Net e di ambienti di sviluppo evoluti il responsabile IT e degli applicativi aziendali dovrebbe migrare a Visual Cobol invece che cogliere l'occasione per rinnovare completamente le applicazioni aziendali.

Il motivo, o meglio, i motivi, osserva Giuseppe Gigante, sono molteplici. A partire dal volume enorme di codice esistente e che si è comprensibilmente restii a gettare, anche perché si tratta di un codice ultra collaudato, "virus free", a prova di hacker, e soprattutto che funziona correttamente da anni. Nei Data Center odierni, migliaia di

applicazioni core business che controllano le nostre comunicazioni e attività quotidiane sono scritte in Cobol. Si tratta letteralmente di miliardi di righe di codice che se dovessero svanire bloccherebbero praticamente l'economia mondiale.

Per **capire cosa vuol dire Cobol** nel panorama mondiale basta lasciar parlare i numeri. Secondo ricerche di primari analisti di mercato il 90% dei sistemi informativi delle top Fortune 500 utilizza ogni giorno il Cobol ed è sempre il Cobol che regola l'85% di tutte le transazioni aziendali giornaliere. Come se non bastasse, ai miliardi di linee di codice esistenti se ne aggiungono poi ogni anno altri 5 miliardi e due sono i milioni di programmatori e analisti che pensano e scrivono in Cobol. Ce n'è quanto basta per dedicargli la dovuta attenzione e interesse.

MICRO FOCUS INVESTE NELLA FORMAZIONE E NEL SUPPORTO AGLI SVILUPPATORI

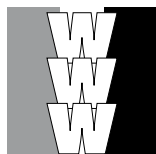
Bene, viene da chiedersi e da chiedere a Micro Focus, stante così le cose che problemi hanno le aziende? Invece di riscrivere tutto, cosa che implicherebbe esborsi consistenti e il rischio che poi quanto scritto non funzioni o perlomeno richieda tempi lunghi

per il classico "debugging", con i conseguenti costi economici e perdita di immagine, si prende il Visual Cobol e, tramite esso, si trasportano rapidamente le applicazioni scritte in Cobol nei nuovi ambienti .NET e Java, si fanno evolvere le applicazioni verso il mondo della mobility, le si rendono accessibili "anywhere" e "anytime", le si cala nello scenario del Cloud, si risparmiano un mucchio di quattrini e l'IT manager può dedicare i risparmi di budget ad altri investimenti.

Il punto è, evidenzia Giuseppe Gigante, smorzando sensibilmente gli entusiasmi, che per fare tutto questo non basta la volontà aziendale, ma serve anche il "manpower", e la sua capa-



Giuseppe Gigante,
marketing manager di
Micro Focus



Qui le
informazioni
su Academic
Program di
Micro Focus

cià di analisi e di scrittura del codice Visual Cobol necessario per evolvere, ed è proprio questo che scarseggia.

Insomma, osserva Gigante, in un momento in cui è imperativo per le aziende essere rapide e time to market, e di certo adattare un'applicazione è più veloce e sicuro che scriverla ex novo, ottimizzare e risparmiare sugli investimenti, e anche qui con il Visual Cobol si ha una risposta positiva, quello che manca sono le persone da assumere per realizzare il tutto. E questo in un momento in cui i neolaureati o neodiplomati terminano il loro ciclo di studi senza avere la certezza di trovare in tempi ragionevoli un posto di lavoro.

In pratica si ottengono contemporaneamente più risultati negativi: più costi per le aziende, più tempi lunghi per adattarsi alle esigenze del mercato e meno occupazione, per non parlare della perdita di competitività. Se la cosa non fosse ben reale, osserva Giuseppe Gigante, ci sarebbe da credere di trovarsi a leggere uno dei magistrali racconti di Kafka.

La realtà, però, è quella che è ma Micro Focus ha deciso di cambiarla e se gli istituti formativi preposti non formano i professionisti necessari per scarsa conoscenza delle dinamiche del mercato, di strumenti e di fondi, **Micro Focus ha deciso di investire** per fornire loro quanto necessario e supportarli.

Obiettivo primario è di accelerare e diffondere l'interesse per il Visual Cobol e la formazione di persone specializzate che oltre a rispondere alle esigenze dell'industria e dei servizi abbiano così la possibilità di trovare più rapidamente un posto di lavoro.

ACADEMIC PROGRAM: UN PROGRAMMA GRATUITO PER LA FORMAZIONE

Il Deus ex Machina ideato da Micro Focus, ha spiegato Gigante, per ottenere rapidamente l'obiettivo illustrato è consistito nell'ideazione di un "Academic Program" gratuito che rientra nelle attività di sviluppo a cui l'azienda dedica il 20% del proprio fatturato e in cui è confluito il know how accumulato nello sviluppo del Cobol nel corso di decenni di attività e supporto alle aziende, un periodo in cui ha sempre garantito il supporto e l'evoluzione del proprio portfolio di prodotti per lo sviluppo, il test e il passaggio in produzione.

Il programma mette a disposizione gratuitamente tutto quello che serve per formarsi in un tempo molto breve nel Visual Cobol. Gratuito è il Visual Cobol, gratuita è la documentazione sia per l'apprendimento sia per il suo insegnamento, così come gratuita è la documentazione per il test e la valutazione.

Inoltre, il programma è diretto e aperto sia agli studenti e agli insegnanti sia alle software house. ✨



The Micro Focus
Academic Program

DEMITIZZANDO BIG DATA E OPENSOURCE

Tra tecnologie ancora immature e ortodossie da "nerd", è il momento di provare e al limite sbagliare. Ribaltare le logiche di programmazione per avere successo con la Business Analytics

di Gaetano Di Blasio

C'è molto rumore attorno al concetto di Big Data, ma la realtà nelle imprese vede la Business Analytics ancora poco impiegata. Soprattutto si tratta di analitiche che partono dai dati resi disponibili dalla Business Intelligence, mentre altri ambiti d'applicazione sono considerati più promettenti in termini di ritorni sul business.

A Milano, **Jaspersoft Italia** ha organizzato un evento in cui si è fatto il punto su un tema che probabilmente cambierà il modo di prendere le decisioni e il business di molte aziende, ma che è ancora soggetto ad alcuni falsi miti sui Big Data e sulle tecnologie atte a trarne valore.

Un concetto molto forte, assolutamente condivisibile, è stato espresso da Luca Olivari Director Business Development EMEA di **Mongo DB**, che ha ricordato come molti successi siano il frutto di numerosi fallimenti. È il processo innovativo stesso che contempla errori e sui Big Data è dunque «necessario poter sbagliare».

È fondamentalmente vero che c'è ancora molto da imparare in quest'ambito e si può perdonare Olivari se poi usa questo concetto per sottolineare i vantaggi del database commercializzato da Mongo DB: «Per poter sbagliare occorre flessibilità e effettuare investimenti iniziali contenuti». Entrambe caratteristiche soddisfatte da Mongo DB. Ciò non significa che quest'ultimo sia un database buono per qualsiasi scopo, ma, come sostiene Olivari, possiede delle atout, in particolare quando occorrono analisi in tempo reale. Duale di Mongo DB è **Hadoop**, che è invece indicato quando si devono analizzare grandi quantità di dati, laddove non risulta critico il tempo di risposta. Si tratta di database nati parallelamente sulla scia delle soluzioni pensate per i datawarehouse, come Teradata e Vertica (oggi parte di HP). Mongo DB è

stato inventato dai fondatori di Double Click, che cercavano soluzioni per le analisi di grandi quantità di transazioni online. Hadoop, invece, rispondeva alle allora nuove esigenze del Web e dei motori di ricerca in particolare.

Dopo circa 6-7 anni, questi strumenti stanno prendendo piede e crescono molto rapidamente, al contrario dei tradizionali RDBMS (i sistemi di gestione per i database relazionali, che non sono andati molto oltre le teorie enunciate da Edgard Codd nel 1970, con cui sono stati introdotti). Almeno, secondo Olivari, che li ritiene ancora troppo vincolanti e "lontani" dalle logiche di programmazione moderne.

In particolare, i database relazionali rallenterebbero il ciclo di sviluppo, perché impongono di fare continuamente riferimento alle "relazioni": in pratica, quando si aggiunge una colonna è necessario spostare tutte le altre, spesso con tempi inaccettabili e procedure offline che possono durare mesi. Su questi basi si sono cercate le alternative prima accennate ed è ancora per questo che c'è un proliferare di database "No-Sql", destinati nel tempo a ridursi.

Altro aspetto importante sono gli investimenti necessari, tipicamente elevati nel caso degli **RDBMS**, anche relativamente alle risorse d'elaborazione occorrenti. In particolare se si considera il "bisogno" di sbagliare o, in altre parole, i tentativi falliti mentre si fa esperienza.

Olivari ricorda che Angry Birds, il videogioco più diffuso su iPhone e simili, è arrivato al 51esimo tentativo prima di arrivare al successo mondiale ottenuto. Analogamente, la nota marca di aspirapolveri Dyson si fa "vanto" di aver superato 5.161 fallimenti prima del prodotto finale riferimento di mercato.

IL DATA CENTER DI OLSA OTTIMIZZATO CON STORAGE NEXSAN

Olsa Informatica ha ottimizzato lo storage e lo spazio del data center adottando i dispositivi Nexsan Serie E

Olsa Informatica è stata fondata nel 1976 da Riccardo Olivetti, che già da quella data aveva individuato nella esternalizzazione dei servizi non strategici, il nascere di un mercato che sarebbe poi esploso nel settore dell'outsourcing. La gestione dei documenti, sempre affiancata dalla conservazione del supporto fisico, prima con la copia su microfilm poi con l'archiviazione ottica, ha consentito a Olsa Informatica di affrontare la sfida di un mercato globale e di crescere con continuità.

La crescente domanda di gestione elettronica documentale e la conseguente elaborazione e pubblicazione (cattura, immagazzinamento, indicizzazione, firma digitale), ha rappresentato la sfida principale all'evoluzione dell'infrastruttura informatica di Olsa, creando la necessità di dover implementare capacità di storage

sempre maggiori, mitigando lo spazio fisico disponibile nei propri data center.

La SAN di Olsa Informatica si basa su architettura Fibre Channel a 8 Gbit/s con doppia fabric ridondata. Dopo una fase di analisi e di confronto tra i vendor, Olsa Informatica ha scelto i sistemi **storage Nexsan Serie E** e, in particolare, il modello E18, un'unità rack scalabile e di consumi energetici contenuti. L'implementazione di due Nexsan E18, costituiti da 18 dischi per una capacità totale di 36 TByte Raw per singolo storage in due sole unità rack (4 unità complessive per due storage e 72 TByte Raw), ha permesso l'ottimizzazione dello spazio nel data center e un'alta concentrazione di dati per singola unità rack.

I vari strumenti di performance, evidenzia la società, hanno rivelato come gli storage E18 siano in grado di rispondere alle diverse ricerche documentali e alle più spinte necessità di risposta (IOPS - MByte/s) da parte dell'infrastruttura VDI esistente. *



Il sistema storage Nexsan E18

ZUCCHI SCEGLIE L'INTEGRAZIONE CISCO E NETAPP

Lo storico brand del tessile italiano rinnova il data center utilizzando la Converged Infrastructure FlexPod che riunisce componenti server, storage e di networking

Zucchi, storica azienda italiana di produzione di biancheria per la casa, ha avviato una revisione dell'architettura di rete e data center scegliendo l'architettura data center basata sulla soluzione FlexPod, risultato dello sforzo congiunto di Cisco e NetApp. Con questa scelta l'azienda italiana conta di ottenere maggiori prestazioni e flessibilità.

FlexPod Datacenter è una soluzione preconvalidata altamente scalabile che combina Unified Computing e virtualizzazione integrando i server Cisco Unified Computing System (UCS) B-Series, gli switch Cisco Nexus serie 5000 e 7000 e i sistemi di storage unificato NetApp FAS.

Combinando componenti server, storage e networking FlexPod Datacenter punta ad accelerare l'implementazione di infrastrutture e applicazioni business-critical, a ridurre i costi e incrementare il livello di flessibilità. Questa soluzione può scalare in modalità orizzontale o verticale ed essere ottimizzata per carichi di lavoro misti in ambienti virtualizzati e non.



Il monitoraggio dell'infrastruttura realizzata per Zucchi è attualmente curato da Elmec, mentre il team IT dell'azienda tessile provvede a gestire il Data Center e configurarne i servizi.

«Dovevamo agire con la massima capacità reattiva e cercare allo stesso tempo di contenere i costi a causa del momento di flessione economica generale, che ha lambito anche la nostra attività - ha spiegato Maurizio Preatoni, CIO di Vincenzo Zucchi SpA -. In questa importante fase di cambiamento, decisivo è stato l'apporto di Elmec, società partner Cisco specializzata in soluzioni integrate per la gestione di infrastrutture IT che ha supportato Zucchi in un progetto di successo sotto ogni punto di vista». *

La soluzione FlexPod Datacenter

INNOVAZIONE TECNOLOGICA E PARTNER GUIDANO IL FUTURO DI IBM STG

Systems & Technology Group (STG) è la divisione di IBM in cui confluiscono le offerte infrastrutturali e le famiglie di server e di sistemi storage. Una divisione tradizionalmente associata ai prodotti hardware, che sta progressivamente evolvendo in linea con i nuovi modelli di business e tecnologici, dal cloud, al cognitive computing, agli ambienti software-defined. A qualche mese dal suo insediamento come Vice President di STG Italia, Paolo Sangalli fa il punto della situazione sulla direzione strategica della divisione e il suo go to market.

DIRECTION: Quali sono le direzioni strategiche che guidano IBM STG ?

Paolo Sangalli: L'offerta IBM si inserisce all'interno di tre direzioni strategiche. La prima è legata alla nuova era dell'infrastruttura, in cui trovano spazio il concetto di "smart", che caratterizza trasversalmente la vision di IBM, e quello di "cognitive computing". Quest'ultimo è un tema rivoluzionario lanciato grazie alla tecnologia Watson su cui IBM ha recentemente annunciato un investimento da oltre 1 miliardo di dollari con la creazione di un nuovo Watson Group e alla cui base si colloca un'infrastruttura Power evoluta.

La seconda area è delineata dai nuovi interlocutori e dai nuovi buyer che è possibile raggiungere attraverso il mondo social, che sta diventando sempre più un'interfaccia di contatto primaria, che ci consente di ampliare le nostre relazioni oltre i CIO.

La terza direzione riguarda il nuovo modo di lavorare che, oltre al tema del social, coinvolge anche la relazione tra IBM STG e i propri business partner. A tale riguardo va evidenziato come i nostri partner che han-

no una capacità economico finanziaria di rilievo, tale da consentirgli di conseguire uno sviluppo del mercato, stanno evolvendo per diventare Managed Service Partner.

DIRECTION: Come sta evolvendo l'offerta infrastrutturale di IBM ?

Sangalli: Attualmente non è più applicabile il modello che vedeva una proposizione di mercato suddivisa in hardware, software e soluzioni perché, se queste componenti non sono tutte e tre allineate tra loro, non è possibile intervenire su nessuna di esse. Altresì va abbandonata l'idea, che caratterizza ancora alcuni vendor, di affrontare il tema dell'infrastruttura in modo indipendente come base su cui collocare successivamente le soluzioni software. Gli ultimi annunci di IBM vanno in una direzione differente ed evidenziano come l'infrastruttura sia sempre più legata a doppio filo con il software. Semmai il paradigma si è invertito: se in precedenza si partiva vendendo hardware per poi proporre il software, prima di sistema e poi applicativo, oggi, con l'affermazione di modelli tecnologici quali il "software defined", il software tende a guidare l'adozione dell'infrastruttura a esso collegata a cui è richiesto di essere intelligente e di sapersi adattare al livello di prestazioni e flessibilità che le viene richiesto.

DIRECTION: A livello tecnologico quali sono le principali novità ?

Sangalli: Il software defined rappresenterà sempre più un fattore di differenzia-

Paolo Sangalli, Vice President Systems & Technology Group (STG) di IBM Italia, delinea le linee di una strategia che punta a rafforzare il ruolo di server e storage facendo leva sul valore dei partner e sulle nuove tecnologie

Per leggere la versione estesa dell'intervista a Paolo Sangalli

zione per IBM rispetto alla "competition". Intendiamo rendere il "software defined environment" un'area in cui non solo hardware e software si integrano ma, in un certo senso, si consumano tra loro: l'hardware con software sempre più embedded e il software come elemento che guida le scelte infrastrutturali. In ambito storage vorrei ricordare la tecnologia Flash, che rappresenta un punto di forza che è solo alla fase iniziale e un'area in cui certamente IBM intende investire di più. Abbiamo appena annunciato un nuovo componente della famiglia FlashSystem, siglato 840, che è il primo, dopo l'acquisizione di Texas Memory Systems, sviluppato da IBM.

*Il Cloud è un altro tema importante che ha avuto un ulteriore impulso con la recente acquisizione di SoftLayer e nuove rivoluzionarie opportunità si prospettano all'orizzonte grazie al cognitive computing. **



HP PREPARA IL DATA CENTER DEL FUTURO

Annunciati una serie di sistemi e storage convergenti per ambienti di nuova generazione

HP ha annunciato oggi l'introduzione di nuove offerte ConvergedSystem e Converged Storage pensate per realizzare ambienti data center di nuova generazione in grado di rispondere alle sfide di big data, analytics, cloud e virtualizzazione.

HP ConvergedSystem è la linea di sistemi IT integrati specifici per i workload critici e, al suo interno, le novità riguardano:

- HP ConvergedSystem for Virtualization, che prevede sistemi di virtualizzazione pre-configurati e modulari, in grado di supportare dalle 50 alle 1000 macchine virtuali.
- HP ConvergedSystem 300 for Vertica per velocizzare l'analisi dei Big Data)
- HP ConvergedSystem 100 for Hosted Desktops, basato sui server HP Moonshot, che mette a disposizione un'infrastruttura di desktop virtuale ad alte prestazioni

HP Converged Storage è la gamma di soluzioni pensata per semplificare la protezione, la conserva-

zione e l'archiviazione. Le novità all'interno di questa gamma comprendono il rilascio di:

- HP StoreOnce Backup, che raggruppa soluzioni per gestire in modo efficiente il backup di un volume di dati in crescita esponenziale;
 - HP StoreAll Archive pensato per consentire alle aziende di estrarre informazioni utili contenute nei big data a partire da repository su vasta scala;
 - HP 3PAR StoreServ Storage reso oggi più accessibile grazie a costi dimezzati e tempi di risposta inferiori.
- HP 3PAR Operating System 3.1.3, HP ConvergedSystem for Virtualization, HP ConvergedSystem for Hosted Desktops e i sistemi HP StoreOnce sono già disponibili. Le altre soluzioni saranno disponibili nel primo trimestre 2014. *



ORACLE EXADATA DATABASE MACHINE X4

Arriva alla quinta generazione la Database Machine di Oracle ottimizzata per OLTP, consolidamento dei database e data warehousing

Oracle Exadata Database Machine X4 rappresenta la quinta generazione di Oracle Exadata, originariamente lanciati nel 2008 e viene proposta come la miglior piattaforma disponibile per gestire Oracle Database. Si tratta di un sistema ingegnerizzato adatto a eseguire i diversi carichi di lavoro di un database inclusi OLTP (Online Transaction Processing), Data Warehousing e consolidamento di workload misti e i cui punti di forza, oltre alle prestazioni, sono la semplicità e velocità di implementazione e le funzionalità di protezione.

La quinta generazione della database machine di Oracle introduce nuove caratteristiche hardware e funzionalità software per accelerare le performance e incrementare la capacità.



Oracle Exadata Database Machine X4

Questa nuova versione nasce con l'obiettivo di aiutare le imprese a semplificare ulteriormente la gestione dei database.

Gli aumenti prestazionali rispetto alla generazione precedente sono all'insegna del raddoppio e includono:

- fino al 100% in più di I/O di database al secondo,
- aumento del 100% del throughput di rete InfiniBand,
- incremento del 100% di capacità flash PCI fisica (fino a 44 TB per rack completo),
- fino al 100% di aumento di capacità di cache flash logica a 88 TB per rack completo,
- aumento del 100% nella capacità massima di memoria su X4-2 (fino a 4 TB per rack completo),
- raddoppio della capacità storage su disco ad alte prestazioni (fino a oltre 200 TB per rack completo). *

SOCIAL NETWORK E CONDIVISIONE CAMBIANO LA COMUNICAZIONE

In un mondo "condiviso", in cui i canali di contatto istituzionali non costituiscono più il solo punto di accesso alle informazioni, una profonda trasformazione sta interessando i rapporti tra i cittadini e le PA e tra i consumatori e le aziende in cui l'utilizzo dei social media è sempre più frequente e necessario.

I social network sono i nuovi canali di comunicazione che servono a instaurare un rapporto con i cittadini e i clienti e devono essere interpretati come una grande opportunità di sviluppo.

Strumenti come Facebook, Twitter, YouTube rappresentano anche un'importante fonte di efficienza e riduzione di costi nonché l'occasione di mobilitazione di preziose risorse intellettuali e di sistematica educazione della domanda.

In altre parole vanno considerati come il motore di uno sviluppo di tipo inclusivo e partecipativo e, di conseguenza, possono essere pensati come una ricchezza collettiva.

Una **ricerca qualitativa** sui social media, condotta da **Oracle e Business International** nel periodo ottobre-novembre 2013, si è posta l'obiettivo di fornire una panoramica di come vengono utilizzati i social network dalle PA alle PMI e soprattutto di delineare il livello di considerazione e d'importanza che viene attribuito da queste realtà ai questi nuovi mezzi di comunicazione.

Peraltro Facebook, nato come strumento per lo svago, è in costante evoluzione e un numero crescente di casi di studio dimostrano la sua efficacia in ambito aziendale. Non a caso un numero crescente di aziende, incluse quelle che operano nel settore IT, tendono a fornire nei propri documenti ufficiali come riferimento per l'interazione con la propria clientela la pagina Facebook o un hashtag specifico anziché il classico indirizzo del sito Web istituzionale.

La potenza di questi nuovi mezzi è legata in buona parte al loro modello di **comunicazione di tipo "many to many"** anziché "one to many" che si dimostra più efficace e rapido.

Ciononostante, i dati della ricerca Oracle mettono in evidenza che meno della metà dell'universo, pubblico

e privato italiano, utilizza i social network, mentre una percentuale molto rilevante (89%) delle istituzioni li utilizza per comunicazioni istituzionali e informative. Tra questi va ricordato, per esempio, il Ministero per i Beni e le Attività Culturali, che ha utilizzato Facebook e Twitter per far conoscere i Musei Italiani e in generale tutto il nostro patrimonio culturale, riuscendo a incrementare, proprio grazie ai social network, il numero dei visitatori nei musei, coinvolgendo anche un pubblico giovane che è venuto a conoscenza di iniziative culturali e mostre attraverso questi canali di comunicazione.

L'Agenzia delle Entrate, invece, per far fronte agli innumerevoli dubbi e perplessità che aveva suscitato il Redditometro e il suo utilizzo online, si è affidata a YouTube, per diffondere un video per spiegare dettagliatamente l'utilizzo di questo strumento e sottolineare che nessun dato rimane in rete.

Facebook è il secondo sito più visitato al mondo (dopo Google) e ha oltre un miliardo di iscritti mentre il social network LinkedIn, nato in modo specifico con una caratterizzazione business, è ormai presente in oltre 200 Paesi e ha già superato 100 milioni di utenti. La classifica in base all'utilizzo come strumento di comunicazione da parte delle imprese vede ai primi posti proprio Facebook e LinkedIn seguiti da Twitter e YouTube. In particolare, per quest'ultimo canale di comunicazione, le previsioni di incremento dell'utilizzo nei prossimi 12 mesi sono molto consistenti e si attestano attorno al 30%. *

L'affermazione di nuovi canali di comunicazione, come Facebook o YouTube, sta mutando il rapporto tra imprese e consumatori e tra PA e cittadini



LA VIDEO COMUNICAZIONE FA ESPLODERE IL TRAFFICO SULLE MAN

I Bell Labs Alcatel-Lucent prevedono un "Big Bang" del traffico dati sulle reti Metro: tra il 2012 e il 2017 vi sarà un aumento di quasi sei volte

di Giuseppe Saccardi

Video e data center sotto la spinta del cloud computing genereranno in cinque anni una moltiplicazione del traffico dati su base geografica e l'area più calda sarà quella delle reti metropolitane, dove l'aumento sarà sensibilmente maggiore rispetto ai grandi backbone. La conseguenza sarà la necessità di nuovi approcci e tecnologie per ri-organizzare il traffico e sostenere uno sviluppo ottimizzato dei nuovi servizi, con strumenti come router intelligenti, la convergenza di tecnologie ottiche di trasporto e IP, nonché di reti software defined (SDN), che rappresentano un approccio più flessibile e potente rispetto alle soluzioni tradizionali.

Sono queste le conclusioni cui giunge uno studio presentato dai Bell Labs di Alcatel-Lucent, una delle principali strutture di ricerca nel campo delle telecomunicazioni e delle tecnologie digitali.

Secondo lo studio **"Metro Network Traffic Growth: An Architecture Impact Study"**, il traffico dati sulle reti Metro aumenterà nei cinque anni dal 2012 al 2017 di 5,6 volte, con un incremento medio cumulato annuo del 41%. L'aumento sarà determinato dal traffico video, stimato in aumento di 7,2 volte, pari a oltre il 48% annuo, mentre il traffico che interessa i data center, incluso il cloud computing, aumenterà di 4,4 volte, pari al 35% annuo.

Di particolare rilievo è la stima che vede il traffico locale, quello appunto nell'area Metro (tipicamente un agglomerato urbano, una città o parte di essa), crescere in misura decisamente superiore a quella che, viceversa, uscirà dalla Metro per passare attraverso le dorsali a lunga distanza. Sul totale del traffico geografico, la componente che resta all'interno delle reti metropolitane oggi è valutata al 57% e raggiungerà una quota del 75% per il 2017. Pur aumentando di 3,2 volte (circa 26% annuo), scende viceversa dal 43 al

25% la parte di traffico che esce dall'ambito metropolitano per transitare sui grandi backbone.

Il traffico Metro considerato comprende servizi come broadcast televisivo, TV time-shifted (possibilità di accesso a programmi già trasmessi), Video on Demand, Video Internet, servizi dati sul web, audio e video su reti mobili, varie forme di comunicazione (VoIP, video, posta elettronica, sistemi immersivi), file sharing, cloud residenziali e connessione tra data center.



I CONTENUTI VIDEO VERSO UNA GESTIONE DISTRIBUITA

Uno dei motivi della diversa dinamica tra backbone e metro va ricercata, secondo lo studio dei Bell Labs, nelle strategie adottate per la distribuzione dei contenuti video, che costituiscono la parte più pesante del traffico. Il traffico mobile, viceversa, rappresenta la componente più dinamica, ma in assoluto resta ancora minoritario.

Con l'aumento dei contenuti video, cresce anche la tendenza a non adottare un modello centralizzato, basato su un unico hub di distribuzione nazionale, privilegiando, invece, una struttura federativa nella quale i contenuti sono inviati ad archivi (cache) locali, quindi più vicini all'utente, e da qui vengono replicati in fun-



zione delle richieste della clientela. Più fine è la granularità degli archivi (si parla in questo caso di deep caching), minore è il carico della rete.

Considerazioni di questo genere porteranno a un **ripensamento delle architetture di networking**, proprio al fine di ottimizzare il traffico, migliorare la qualità del servizio e la user experience, riducendo nel contempo i costi. Tutto ciò porterà a sua volta a privilegiare un utilizzo e una distribuzione delle risorse (computing, storage, networking) in funzione di questi nuovi modelli, con cambiamenti nei flussi di traffico.

Le conseguenze saranno il potenziamento del livello metro/edge dei router, una più stretta convergenza tra livello ottico e architettura IP, nonché un sempre maggiore orientamento verso il Software Defined Network. «Il cambio di passo sulle reti è inarrestabile: questo studio quantifica ciò che ormai è sotto gli occhi di tutti. ha commentato la ricerca Gianluca Bainsi, Presidente South Mediterranean di Alcatel-Lucent Italia -. Milioni di utenti e aziende stanno cambiando il loro modo d'operare: cresce la fruizione di video o musica in streaming, da casa depositiamo sempre più documenti e contenuti multimediali in rete, le aziende hanno incominciato ad affidare a cloud pubblici e privati una parte sempre maggiore, e quindi anche sempre più critica, delle loro informazioni».

Per rispondere a queste nuove sollecitazioni, **Alcatel-Lucent** ha messo a punto un'offerta di filiera, per realizzare delle soluzioni Metro ottimizzate per la nuova realtà del cloud e del video on-line che si estende dai piccoli Core Router (7950 XRS - 16C) multi-servizio, ai service router (7750 SR), ora capaci di trattare anche canali da 400 Gbit/s, pur mantenendo la compatibilità con quelli esistenti a velocità inferiore, agli apparati di switch per l'accesso (7210 SAS), fino alle piattaforme MPLS / MPLS TP e alle tecnologie IP di routing con supporto Openflow. Queste ultime saranno funzionali alla realizzazione di reti SDN (Software Defined Network) riconfigurabili con il variare delle esigenze di traffico. *

LA DISPONIBILITÀ DEL DATA CENTER PREOCCUPA I NETWORK MANAGER

Lo rivela un'indagine svolta da Brocade a livello mondiale che ha esplorato i dubbi e i problemi delle aziende che si propongono di far evolvere la propria rete verso SDN e il cloud

La volontà delle aziende di investire in reti per data center trova un crescente ostacolo nella capacità di ottenere l'infrastruttura on-demand, flessibile e solida di cui hanno bisogno. In sostanza, in un'epoca di "spending review" avviata con largo anticipo sui governi nazionali, le aziende investono e hanno investito nelle reti solo per supportare l'implementazione di una specifica applicazione o servizio, e l'investimento è stato fatto solo quando la rete era già deteriorata. Lo rivela un'indagine condotta da Brocade a livello globale che ha evidenziato **le cinque motivazioni** che spingono all'investimento nella rete e nel suo aggiornamento:

- il desiderio di adottare la virtualizzazione (41%);
- la richiesta di un accesso più rapido ai dati e alle applicazioni (41%);
- la necessità di maggiore banda (32%);
- l'esigenza di supportare volumi di dati in crescita (25%);
- il bisogno di supportare la mobilità (24%).

Peraltro, un quarto degli intervistati ritiene che l'SDN diverrà un trend significativo entro il 2020, ma al momento un terzo ammette di avere una conoscenza minima in questo ambito.

Non sorprendentemente, le limitazioni di budget stanno avendo un impatto significativo sulla capacità delle aziende di investire in tecnologia. Tuttavia, è la flessibilità, non il contenimento dei costi, che rappresenta la ragione principale per cui le aziende adottano il cloud (per circa un terzo degli intervistati), seguita da un'adozione rapida di applicazioni (18%). *



CLOUD E STORAGE HITACHI IN ACCADIS

La soluzione ha permesso di integrare diverse piattaforme e di rispondere all'esigenza di crescere garantendo la sicurezza

Hitachi Data Systems ha annunciato che Accadis ha adottato una soluzione integrata che comprende Hitachi Unified Compute Platform Pro (UCP Pro), Hitachi Unified Storage, Hitachi Content Platform e Hitachi Data Ingestor al fine di gestire in maniera flessibile, sicura ed economica il proprio sistema di data storage e rafforzare la gestione dei dati e la fornitura di servizi cloud ai propri clienti. «Siamo orgogliosi che, grazie alle soluzioni di Hitachi Data Systems, Accadis sia riuscita a semplificare i processi di storage, implementare servizi cloud e offrire un'archiviazione infinita alle aziende di ogni dimensione», ha affermato Dario Pardi, vice president EMEA global markets di Hitachi Data Systems.

Accadis, che fornisce ai propri clienti una vasta gamma di prodotti e tecnologie con l'obiettivo di soddisfare l'esigenza di accedere ai dati e di proteggere le informazioni aziendali critiche, ha dovuto rispondere all'incremento esponenziale delle necessità di storage dei clienti. Per questo motivo, sia l'infrastruttura IT esistente, sia il portafoglio prodotti, dovevano essere aggiornati e ampliati.

Accadis ha quindi adottato **Hitachi UCP Pro for VMware vSphere** per consolidare e virtualizzare applicazioni business critical utilizzate all'interno dell'azienda. La soluzione consente l'agevole implementazione di un ambiente cloud e permette di disporre della scalabilità necessaria per la gestione di una futura crescita. *

UN CLOUD DA PREMIO RIDUCE I SERVER DI RICOH

La strada per l'evoluzione verso il cloud computing e l'IT as a Service sembra farsi sempre più in discesa man mano che le realizzazioni già fatte in ambiti aziendali evidenziano con dati concreti i vantaggi e i benefici derivanti dal poter dosare gli investimenti in base alle effettive necessità aziendali e seguire in modo preciso le dinamiche evolutive del mercato in un momento in cui non sempre è facile per un manager fare delle previsioni accurate sul suo andamento. Uno degli ultimi riconoscimenti in proposito, conseguente alla realizzazione di un'infrastruttura cloud privata, è stato ottenuto da Ricoh Europe. Ian Winham, CIO e CFO di Ricoh Europe, ha vinto **l'Oracle Excellence Award** for Leadership: Finance - Europe, Middle East, and Africa (EMEA).

Sofisticati i **criteri di scelta** dei partecipanti e dei vincitori. I vincitori del premio sono stati infatti selezionati sulla base dell'efficacia dei programmi di trasformazione, dei benefici ottenuti e dei cambiamenti organizzativi introdotti utilizzando tecnologie Oracle. Il premio conferisce un riconoscimento a Ian Winham e al suo team per aver guidato con successo la trasformazione aziendale e finanziaria di Ricoh Europe in un'ottica di standardizzazione delle modalità operative, dei dati e dei sistemi migliorando così i servizi ai clienti e i processi interni.

L'impegno, fondamentale, è diretto a ottimizzare sia il Capex che Opex, ha però avuto come obiettivo anche quello di permettere ai clienti aziendali di beneficiare di livelli di servizio ottimali sia su scala locale che globale, mentre ora l'organizzazione interna si trova a disporre di dati affidabili, congruenti e costantemente aggiornati. Il progetto ha tra l'altro previsto, come sopra evidenziato, la realizzazione di un cloud privato per



Ian Winham,
CIO e CFO di Ricoh Europe

l'integrazione dell'infrastruttura IT aziendale.

L'implementazione del Private Cloud ha consentito l'eliminazione di oltre 1.000 server nella sola area EMEA, vale a dire l'equivalente, ha calcolato Ricoh, di 16,8 milioni di tonnellate di CO2, pari alle emissioni annuali di 3350 automobili.

Ma questo è solo un inizio. Questo beneficio si prevede che aumenterà ulteriormente man mano che altri sistemi interni e servizi ai clienti verranno gestiti tramite l'infrastruttura cloud.

«Grazie a questo progetto, sviluppato con competenze interne, abbiamo realizzato un'infrastruttura di business efficiente e interconnessa e allo stesso tempo siamo riusciti a minimizzare l'impatto ambientale. Siamo orgogliosi che Oracle abbia riconosciuto i vantaggi che la trasformazione delle nostre attività ha portato sia all'organizzazione interna sia ai nostri clienti», ha dichiarato Ian Winham.

Il premio ottenuto da Oracle è stato particolarmente apprezzato da Ricoh anche perché la sua piattaforma finanziaria e tecnologica è costituita da un ERP centralizzato basato su una suite di prodotti forniti da Oracle. La piattaforma è utilizzata per la gestione dei processi di back office e di front-office e per la definizione dei dati di Ricoh. *

Il progetto di Private Cloud avviato dal noto produttore di sistemi di stampa ottiene l'Oracle Excellence Award

di Giuseppe Saccardi

L'implementazione del private cloud ha consentito l'eliminazione di 1000 server nella sola area EMEA corrispondenti a una riduzione equivalente di 16,8 milioni di tonnellate di CO2

L'editoriale

Da questo numero Direction raddoppia la periodicità e diventa mensile

Un cambiamento importante per una testata che, da oltre 10 anni, rappresenta un punto di riferimento per l'editoria a valore, dedicata al mondo dell'ICT aziendale.

Una decisione controcorrente che giunge nel periodo di massima contrazione per il settore editoriale in generale e di quello specializzato in particolare, che premia Reportec e la sua coerenza nell'aver sempre puntato sulla produzione di contenuti a valore e su un modello di comunicazione schietto e indipendente.

Al cambio di periodicità si affianca un ampliamento dei contenitori tematici dedicati a Security, Server, Storage, Mobility, Printing & Imaging, Software, Cloud, Communication e Networking.

Ogni numero del nuovo corso di Direction ospiterà due approfondimenti (FocusON) dedicati a specifici temi tecnologici oppure ad approfondire strategie e offerte di singole aziende. I Report, cifra distintiva di Direction che ne ha pubblicati finora ben 57, si confermano come il veicolo di punta di approfondimento tematico periodico, da ora in avanti con più pagine sulla rivista e con un collegamento verso il mondo online che andrà a sostituire il supporto CD, ormai troppo poco flessibile per le esigenze attuali di comunicazione. L'interazione verso l'online sarà ulteriormente ampliata, sia nella versione digitale di Direction attraverso una serie di link dinamici verso contenuti di approfondimento multimediali, sia in quella cartacea grazie all'utilizzo degli ormai diffusi QR Code.

A questo nuovo appuntamento Direction si presenta anche con un vestito grafico rinnovato, pensato per essere più gradevole nella lettura e più funzionale nel favorire l'accesso ai contenuti, anche della versione digitale della rivista.

Per noi si tratta di una buona notizia e contiamo lo sia anche per voi.

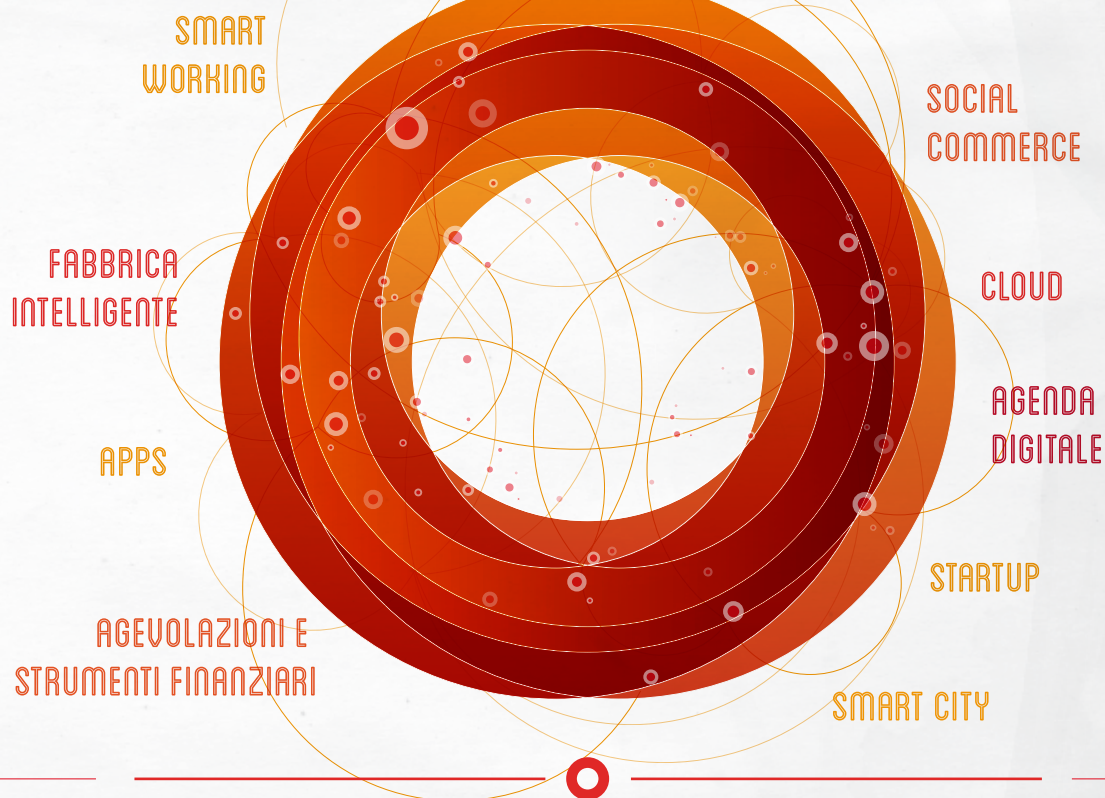


Riccardo Florio
Direttore Responsabile

Direction Reportec - anno XII - numero 64 mensile gennaio 2014 Direttore responsabile: Riccardo Florio
In redazione: Giuseppe Saccardi, Gaetano Di Blasio, Paola Saccardi.
Grafica: Aimone Bolliger Immagini da: Dreamstime.com Redazione: via Marco Aurelio, 8 - 20127 Milano
Tel 0236580441 - fax 0236580444 www.reportec.it - redazione@reportec.it
Stampa: A.G. Printing Srl, via Milano 3/5 - 20068 Peschiera Borromeo (MI) Editore: Reportec Srl, via Gian Galeazzo 2, 20136
Milano Presidente del C.d.A.: Giuseppe Saccardi Iscrizione al tribunale di Milano n° 212 del 31 marzo 2003 Diffusione (cartaceo ed elettronico) 12.000 copie Tutti i diritti sono riservati; Tutti i marchi sono registrati e di proprietà delle relative società.

SMAU

ACCELERATORE DI INNOVAZIONE PER LE IMPRESE ★



LE **STARTUP** POSSONO ESSERE UN ACCELERATORE DI SVILUPPO PER LA MIA IMPRESA? TABLET, APP, CLOUD COMPUTING, NUOVI GESTIONALI INTEGRATI E BUSINESS INTELLIGENCE, NE PARLANO TUTTI MA COME POSSO SFRUTTARLI PER IL MIO BUSINESS? QUALI SONO LE AGEVOLAZIONI E GLI STRUMENTI FINANZIARI A DISPOSIZIONE DELLA MIA IMPRESA?

SMAU ROMA
19-20 MARZO 2014

SMAU PADOVA
16-17 APRILE 2014

SMAU TORINO
14-15 MAGGIO 2014

SMAU BOLOGNA
4-5 GIUGNO 2014

SMAU FIRENZE
2-3 LUGLIO 2014

SMAU MILANO
22-23-24 OTTOBRE 2014



Nel 2013 oltre 85.000 imprenditori e manager hanno sfruttato Smau per innovare la propria impresa.

SMAU: I PROTAGONISTI MONDIALI DELL'INNOVAZIONE; IL TALENTO UNICO DEGLI OPERATORI ITALIANI; LE MIGLIORI SCHOOL OF MANAGEMENT. INSIEME A DISPOSIZIONE DELLA TUA IMPRESA.

IN COLLABORAZIONE CON

Gartner



SDA Bocconi

smau

www.smau.it



contact@smau.it



+39.02.283131



CONTATTI

Fujitsu consiglia Windows 8.

FUJITSU

shaping tomorrow with you

Il notebook
da 14" più sottile
al mondo

lifebook.it.ts.fujitsu.com

Alcune apps sono vendute separatamente
e possono variare a seconda del mercato.



FUJITSU LIFEBOOK U904 Ultrabook™

Quando il design incontra la tecnologia

- Fino a Processore Intel® Core™ i7 vPro™ di 4ª gen.
- Windows 8.1 Pro
- Straordinaria risoluzione (3200x1800) con display touch frameless IGZO da 14"
- Connettività integrata con WLAN e Bluetooth integrati e 4G/LTE o 3G/UMTS opzionali
- Massima sicurezza grazie alla protezione avanzata contro i furti, al sensore di impronte digitali e alla crittografia completa del disco
- Design evoluto grazie all'elegante chassis in magnesio in meno di 1,4 kg
- Ergonomia e semplicità di utilizzo con il design ultrasottile e port replicator opzionale

WEB > www.fujitsu.com/it
NUMERO VERDE > 800 466 820
BLOG > <http://tech4green.it>

Pronto per il business  Windows 8 Pro