

# DIRECTION Reportec 83

SOLUZIONI SERVIZI E TECNOLOGIE ICT

focus on

## I BIG DATA FANNO VOLARE IL BUSINESS

FUJITSU: dal cloud ai Big Data

IBM: massime prestazioni per Big Data e applicazioni

INFORMATION BUILDERS: monetizzare i Big Data in autonomia



### ICT SECURITY

Symantec si rinnova:  
intervista a Vittorio Bitteleri  
La videosorveglianza di D-Link cambia target  
La sicurezza adattativa di FireEye

### TREND

Assintel: l'IT italiano cresce di 1,7%

### COMMUNICATION

Doxee ripensa la customer experience  
Panasonic protagonista nella videoproiezione  
CMT porta la conservazione sostitutiva nel cloud



# DE gustare

alla scoperta dei sapori d'Italia



ROAD TO DUBAI, LE ECCELLENZE ITALIANE SI PRESENTANO

**giornalisti,  
enologi,  
chef,  
nutrizionisti,  
esperti alimentari  
vi promettono  
un'esperienza  
nuova**

01 GIUGNO 2015

La Toscana di Biella

Agricoltura biodinamica

Asparago in cucina



OLIO, FIRMATO  
PROTOCOLLO PER  
VALORIZZARLO



SARCHIO,  
SFOGLIETTE BIO PER  
TUTTI I GUSTI



DIETA  
MEDITERRANEA  
PREMIO  
GRUPPO



DE gustare  
alla scoperta dei sapori d'Italia



**Alla corte del RE**

**www.de-gustare.it**

<i>l'opinione</i>	Rinnovare l'IT. Ma come?	4
<b>FOCUS</b>	<b>I BIG DATA FANNO VOLARE IL BUSINESS</b>	<b>5</b>
	Dal Cloud ai Big Data: una scelta non sempre facile	10
	Monetizzare i Big Data semplicemente e in autonomia	12
	IBM Storage: massime prestazioni per i Big Data e le nuove applicazioni	14
<i>l'opinione</i>	La Digital Transformation e la nuova innovazione	16
<i>trend</i>	Assintel: l'IT italiano cresce di 1,7% nel 2015	18
<i>ict security</i>	Symantec vuole guidare la sicurezza business	22
	D-Link cambia target per la videosorveglianza su IP	24
	La sicurezza adattativa di FireEye	26
<i>communication</i>	Doxee rinnova la customer experience	28
	La videoproiezione Panasonic protagonista in Expo 2015	30
	Con CMT la conservazione sostitutiva approda al cloud	32
<i>cloud</i>	Il Cloud guida un business più veloce e più connesso	34
	3CX e Clouditalia: insieme per ottimizzare il VoIP	35
<i>server&amp;storage</i>	Suse rende più flessibile e sicuro lo storage software-defined	36
	Lo storage flash di SolidFire per il cloud a misura di PMI di 1&1	37
<i>l'opinione</i>	Media mangia Media	38

Direction Reportec - anno XIII - numero 83 mensile novembre 2015 Direttore responsabile: Riccardo Florio  
 In redazione: Giuseppe Saccardi, Gaetano Di Blasio, Paola Saccardi. Hanno collaborato: Gian Carlo Lanzetti  
 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.

**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**



di Giuseppe Saccardi

## **Rinnovare l'IT. Ma come?**

*In un periodo in cui si dibatte con una certa frequenza di modelli di riferimento per l'IT di nuova generazione, se adottare o meno il cloud e in che variante, a quale fornitore affidarsi per utilizzare al meglio budget a dir poco contenuti, vale la pena fare alcune considerazioni in proposito.*

*Il punto forse più critico è rappresentato dalla scelta tra on-premise e cloud. Una volta intrapresa una direzione, il dubbio peraltro legittimo che aleggia, è se sia possibile eventualmente modificare, se non invertire, la rotta. Va da sé che i fornitori di servizi cloud affermano di sì mentre i fornitori di tecnologie hardware e software sono comprensibilmente spinti a far sorgere dei dubbi. Posizione più serena e agnostica è quella di chi dispone nel portfolio sia di soluzioni on-premise che di servizi cloud.*

*Due in ogni caso appaiono essere le strade che possono ridurre i rischi: l'adozione di soluzioni preconfigurate o il rivolgersi a un fornitore di servizi cloud. Nel primo caso esistono in proposito soluzioni che in un rack comprendono tutti gli elementi di un piccolo data center, permettono di evitare il trovarsi alle prese con complessi processi di integrazione e di gestione che potrebbero ritardare a dismisura il tempo di passaggio in produzione e a far lievitare i costi. La seconda alternativa permette di esternalizzare la complessità dell'IT o perlomeno di una sua parte, focalizzandosi per quanto concerne l'IT interno su quello che rappresenta il core business dell'azienda.*

*Per il primo caso va poi osservato che, pur non ampie e limitate a pochi fornitori, soluzioni alternative esistono basate su architetture di riferimento realizzate con elementi storage, server e di rete certificati. Sono le soluzioni riferite come chiavi in mano o anche ready to run e in genere sono disponibili in tagli diversi e anche personalizzate con applicazioni specifiche, dal SAP al Data Base, basate su uno strato di virtualizzazione standard di mercato come VMware o Microsoft Hyper-V, e sulle quali è possibile calare ulteriori applicazioni oppure farle interagire con il cloud pubblico. In questo caso andrebbe posta attenzione al fatto che i dati e le applicazioni possano migrare da una componente all'altra (e cioè dall'IT on-premise al cloud e viceversa), per evitare di trovarsi in una situazione vincolante nei confronti del fornitore di servizi. In un caso o nell'altro l'attenzione va in sostanza rivolta, oltre che sulla corrispondenza delle caratteristiche tecnologiche ai propri bisogni, sul fatto che si tratti di piattaforme, fisiche o virtuali che siano realmente aperte, e che lascino un adeguato grado di libertà nelle scelte in una fase successiva alla loro attivazione. \**

# I BIG DATA FANNO VOLARE IL BUSINESS

Il termine "esponenziale" non basta più a descrivere la rapidità con cui cresce la produzione di informazioni e già dietro l'angolo si affaccia l'Era dell'Internet of Things. Tutto ciò si inserisce in un IT in profonda trasformazione a livello non solo architeturale e tecnologico, ma anche organizzativo, con

il cloud che ha rimescolato le carte nella modalità di fruizione delle risorse. Mobile e Social alimentano, nel contempo, lo sviluppo di dati destrutturati mentre appare sempre più evidente che il vantaggio competitivo si costruisce anche e soprattutto sulla capacità di analizzare, in tempo qua-

si reale, data set sempre più grandi e comprensivi di dati strutturati e non strutturati. Tutto ciò crea molte sfide a cui si affiancano altrettante opportunità lasciando supporre che, chi saprà trovare il modo corretto per governare i Big Data, sarà in grado di far volare il proprio business.

A hand holding a knife with 'BIG DATA' written on the blade. The background is dark with some clouds and a comet-like streak.

BIG DATA

**P**otrebbe sembrare pleonastico ripeterlo ma l'IT è in una fase di profonda trasformazione. Il problema è che in trasformazione sono contemporaneamente aspetti architettonici, tecnologici e organizzativi, in particolare quest'ultimi per l'impatto avuto dal cloud nelle modalità di fruizione delle risorse.

Il tutto, inoltre e come se non bastasse a creare grattacapi in termini di budget e risorse necessarie, è accompagnato da cicli industriali che si accorciano e che quindi richiedono un IT che si adatti rapidamente e che altrettanto rapidamente possa essere messo in produzione quando serve rinfrescare la tecnologia che si ha in casa o che si deve prendere sotto forma di servizio, da intendere come cloud.

Big Data, Mobility, IoT sono poi temi che stanno agendo da leve in questa evoluzione che ha profondi impatti sulle risorse IT aziendali e sulle persone che le gestiscono.

Un elemento fondamentale e trainante, una sorta di comun denominatore di questa evoluzione è la crescita dei dati, processo riferito per convenzione come Big Data.

La crescita esplosiva del volume di dati generati e generalmente non strutturati ha posto serie sfide all'IT e al business manager. Prendere scelte oculate in termine di business richiede l'analisi in tempi rapidi di informazioni complesse, che hanno portato alla nascita sia di nuovi modelli di data base, che di soluzioni di storage in grado di rispondere adeguatamente alle necessità applicative.

Ma per effettuare analisi oculate servono risorse storage, capacità di calcolo ovunque sia allocata, e il software necessario. Presto a dirsi ma più difficile a farsi e non facile anche individuare tecnologia e partner più adatto.

Visto dal punto di osservazione di un LoB manager, Big Data è comunque un termine che si riferisce ad un insieme di strumenti, processi elaborativi o organizzativi e procedure che una volta schematizzate permettono ad un'azienda che disponga di informazioni adeguate e consistenti raccolte nel corso delle proprie attività o reperite sul mercato, di organizzare, creare, manipolare insieme di dati (memorizzati nei sistemi di storage aziendale o in storage virtuale nel cloud), riferiti in letteratura

come "data set" di ampie dimensioni. Naturalmente il termine 'ampio' è relativo a seconda dell'azienda, del settore di attività, di quanto si vuole affinare il processo decisionale. In genere quindi si può spaziare da volumi di dati strutturati o non strutturati che possono ammontare a centinaia di megabyte, terabyte, o petabyte o volumi di dati anche maggiori.

Se ci si sposta su un piano prettamente scientifico le cose cambiano. Per un IT manager, "big data" costituisce una collezione di data set di dimensione e complessità tale da richiedere per la sua analisi strumenti, formule matematiche, data base e capacità elaborative nettamente diverse (architettonicamente e costruttivamente) dal tradizionale.

I fattori o gli elementi in campo sono di varia natura ed entrano in gioco problemi connessi alla cattura e collezione dei dati, al loro trattamento, lo storage, la condivisione, l'analisi e, ultimo ma determinante ai fini di un utilizzo pratico dei risultati delle analisi, la visualizzazione in modo sintetico, rappresentabile visivamente in modo da facilitare la comprensione di fenomeni e la deduzione di decisioni di business.

Ma perché questa corsa ad analizzare data set sempre più grandi e comprensivi di dati strutturati (ad esempio quelli transazionali) e non strutturati (mail, sms, video, ecc.)? Il motivo risiede nel fatto che più è ampio un data set più è possibile affinare i processi decisionali.

In pratica, maggiore è l'insieme di dati analizzati, maggiore è la quantità di informazioni addizionali utili per i processi di business che è

possibile dedurre, con una maggiore possibilità di trovare correlazione tra eventi, di individuare in modo più preciso trend inerenti il business, o altre cose come il traf-

PLAT  
RECO  
BLOG  
Site  
RELATION  
PROJECT  
SERVICE  
AD  
video  
crowd  
COMMENT  
world  
MARKET  
ONLINE  
INDIVIDUAL  
COMMUN



standard e difficili da gestire e mantenere, oltre che costosi.

Ora lo sviluppo di soluzioni basate su IP e Internet e il calo dei costi di una telecamera ha fatto sì che

virtualmente si trovi nelle città, tra quelle private e quelle pubbliche, una videocamera ogni poche decine di metri. I dati prodotti affluiscono a server che li inseriscono in sistemi storage sia locali che remoti o nel cloud e li rendono disponibili per successive analisi. Per esempio, individuare un volto o una persona da parametri fisici, o dedurre i flussi del traffico pedonale, o valutare quante persone transitano in certi punti in modo da affinare l'organizzazione urbana, eccetera. Analizzare questi dati richiede elevate capacità di elaborazione, oltre che robusti programmi di analisi statistica, ma anche lo sviluppo di nuove branche della scienza, quali quelle connesse al riconoscimento e al tracciamento del percorso fatto da una persona in base al suo modo di camminare, di muoversi o ad altri parametri fisici.

Un altro esempio è quello delle Assicurazioni. Incrociando i dati di un incidente con quanto disponibile sui social network o in altri archivi sarebbe possibile vedere se le persone coinvolte in un incidente, che asseriscono di non conoscersi, non abbiano invece qualche grado di parentela, non si conoscano da tempo, non abbiano fatto viaggi assieme, o non abbiano qualche relazione di lavoro dipendente, tutte cose che potrebbero sollevare qualche dubbio su come si sia realmente svolto un incidente e sui suoi reali motivi.

Ma i dati crescono anche perché aumentano i sensori, sia fissi che

mobili, distribuiti sul territorio.

Un esempio è rappresentato dall'uso di sensori in vigneti di altissima qualità, dove una rete di dispositivi permette di valutare

praticamente pianta per pianta le esigenze di acqua o di concimi, o individuare eventuali attacchi da parte di insetti dannosi, in modo da poter allertare un sistema centrale e mettere in atto in tempo reale le contromisure.

E il fenomeno riferito come "Internet of Things". In definitiva ogni apparato telefonico mobile, ogni iPad, e in genere un dispositivo mobile, è un sensore che trasmette informazioni sulla posizione, sulla durata di utilizzo, sulla direzione del traffico generato, e potenzialmente, come è stato prospettato, anche un rilevatore di terremoti o della temperatura locale se dotato del chip o della apposita apps.

Si tratta potenzialmente di miliar-

gate come capacità di calcolo e di storage e applicazioni software massive in grado di girare e suddividere il lavoro, se necessario, su centinaia o migliaia di server contemporaneamente e di utilizzare anche dati distribuite.

Il tema dei Big data si lega bene al cloud e in particolare al cloud ibrido, perlomeno per le esigenze di analisi di dati che non sono soggetti a forti restrizioni normative per quanto concerne la loro riservatezza o che, in caso di loro perdita, non implichi forti responsabilità penali, cosa che ovviamente finisce con lo scoraggiare il ricorso a public cloud.

### Un modello per i big data e l'impatto con l'IoT

Il problema dei dati in quantità elevata e della loro elaborazione in tempi congrui ai fini decisionali e previsionali è reso critico dal fat-

to di dispositivi che generano dati, li generano worldwide, e che una volta memorizzati in enormi data set permetterebbero, e in parte già lo fanno, di affinare i sistemi di comunicazione o altri dati inerenti lo spostamento o gli usi della popolazione.

Quello che è andato rivelandosi necessario sono tecnologie ade-





to che non sono solo gli individui che producono informazioni: sono sempre di più i dati generati dalle macchine connesse in rete. Video delle telecamere di sorveglianza, temperature e valori isometrici delle stazioni meteorologiche, misure di varia natura rilevate da sensori sparsi in ogni parte del globo, sono flussi di messaggi dai mille e più diversi significati.

Ma i "Big" Data sono grandi non solo in termini di dimensioni. Tre sono le caratteristiche comuni a tutte le definizioni, indicate come le 3 "V", anche se c'è sempre la tendenza ad aggiungerne altre. In particolare, si può parlare di Volume, Varietà, Velocità.

Ampi volumi significa file di peso notevole, ma soprattutto grandi quantità di dati. La varietà, crea non pochi problemi di classificazione e non solo. I dati, infatti, sono perlopiù non strutturati. Infine, la veloci-

V quasi ogni vendor ne aggiunge di proprie, di certo per personalizzare la propria proposta ma anche per far corrispondere il proprio modello ad esigenze specifiche. Un esempio è l'aggiunta di V come "valore", perché se è vero che quanto maggiori sono i dati, tanto migliori e accurati sono i risultati ottenibili, è altrettanto chiaro che troppi dati creano un "rumore" di fondo deleterio e quindi, come nel caso dell'IoT, vanno opportunamente scremati.

Solo i dati che hanno un valore in relazione allo scopo da raggiungere vanno considerati e, ovviamente, non per tutte le aziende sono interessanti gli stessi dati.

Ancora più importante, però, è che i dati siano affidabili. V quindi come sinonimo di "veridicità". Il che non è così immediato come potrebbe sembrare, perché se già è difficile garantire la consistenza e la quali-

bastanza indipendente da quella del motore di Analytics. Le soluzioni di BA sul mercato, però, differiscono molto sotto almeno due punti di vista di alto livello: le funzionalità a disposizione e la reportistica. In particolare, per supportare il real time analytics sono state progettate soluzioni di in-memory computing, che consentono di ridurre drasticamente i tempi di elaborazione. "In memory" significa che l'applicazione memorizza l'intero insieme dei dati, o tutto un database, su pagine di memoria virtuale, così da averli "a portata di mano" per i conteggi che l'analista di volta in volta richiede.

Il problema che sorge è però che i database in memoria centrale sono molto più veloci di quelli su memorie di massa, ma possono gestire moli di dati molto inferiori, a patto che ci sia comunque un modo per recuperarli in caso di guasti.

Grazie al superamento dei vincoli imposti dai tempi di elaborazione, un "In Memory Data base (IMDB)" può essere implementato anche con strutture differenti da quelle utilizzate per l'approccio relazionale (tabelle), quali quelle suggerite dal modello reticolare (puntatori), dal modello gerarchico (alberi) o dal modello a oggetti (oggetti complessi e nidificati). Soluzioni in proposito sono disponibili da parte di numerosi costruttori e per supportare queste applicazioni, in parte disponibili anche nel Cloud, i principali costruttori hanno sviluppato soluzioni server e storage ad hoc. Attive sono per esempio società come Fujitsu, IBM, Hitachi, HP e altre primarie società del settore.

\*

tà è quella con la quale cambiano: basti l'esempio delle misure rilevate da sensori in tempo reale, ma esistono molteplici esempi anche in ambito business.

Le "V" contribuiscono tutte a rendere i Big Data non facilmente gestibili con i database tradizionali e le potenze elaborative normalmente in possesso delle aziende. A queste

tà dei dati presenti in azienda, critica si può fare la situazione con i Big Data, molti dei quali provenienti da Internet, quindi potenzialmente inaffidabili e insicuri.

### Strumenti per la BA

Per quanto fondamentale rispetto ad alcune strategie aziendali, la scelta della piattaforma dati è ab-



# DAL CLOUD AI BIG DATA: UNA SCELTA NON SEMPRE FACILE

*Non tutte le soluzioni cloud sono uguali e offrono le stesse garanzie. Roberto Cherubini, IT Architecture Consultant di Fujitsu, evidenzia i punti salienti a cui porre attenzione nella scelta di una soluzione e di un fornitore*

L'IT aziendale e lo staff che lo compone si trovano ad affrontare quotidianamente una nutrita serie di problemi. Problemi che spaziano dalla mobility al come riorganizzare l'ambiente di lavoro in chiave smart working, dal come gestire i Big Data all'Internet of Things e, non ultimo, al come far leva sulle soluzioni cloud e quale strategia o architettura adottare.

I rischi che si corrono nel caso la scelta della soluzione o di un partner tecnologico non corrisponda alle effettive necessità aziendali e di business sono evidenti, e non solo economici. Per capire come evitarli, e avere suggerimenti a cosa porre attenzione, abbiamo chiesto il parere di Roberto Cherubini, IT Architecture Consultant di Fujitsu, azienda che ha fatto degli standard di mercato e di frame aperti per la realizzazione di infrastrutture IT di nuova generazione l'elemento saliente della sua vision denominata "Human Centric IT".

Un primo punto da affrontare quando in azienda ci si trova a dover porre mano all'infrastruttura IT, evidenzia Cherubini, è quale strategia sia più opportuno adottare. Ad esempio, se orientarsi verso un insieme di prodotti "best of

breed" e provvedere in proprio alla loro integrazione, od in alternativa adottare soluzioni già integrate e pre-collaudate.

Esistono in proposito architetture di riferimento i cui componenti certificati sono stati scelti proprio per essere integrati; soluzioni cioè "ready to run" ovvero che rispondono alle specifiche esigenze del business del cliente e che si basano sull'esperienza pregressa di numerosi progetti, i quali hanno fornito nel tempo indicazioni precise sia per quanto concerne la parte implementativa sia per quanto concerne le componenti che possono essere utilizzate, e come interconnetterle, al fine di raggiungere più rapidamente e senza problemi lo scopo previsto dal progetto.

«È una strada che in Fujitsu seguiamo da tempo e che ha reso via via disponibili piattaforme "chiavi in mano" che possono essere velocemente portate in produzione e garantiscono l'interoperabilità tra tutte le diverse componenti hardware e applicative, anche complesse, come ad esempio un ambiente SAP, oltre che fornire un unico punto di contatto in caso di problemi», ha osservato Cherubini.

## Soluzioni "ready to run"

Tra le soluzioni di questo tipo vi sono, ad esempio, quelle che indirizzano le principali piattaforme di virtualizzazione, VMware piuttosto che Microsoft Hyper-V, sulla quale si può via via costruire una soluzione sempre più ampia. Una tra quelle sviluppate proprio da Fujitsu, e da cui partire per successivi sviluppi, è denominata "PrimeFlex vShape", ovvero una soluzione che abbina tecnologie affidabili e best practice, con architettura scalabile, basata su server industry standard della famiglia Primergy, e che combina in modo ottimizzato i diversi aspetti inerenti un ambiente virtuale.

PrimeFlex vShape è una piattaforma di riferimento realizzata con server Fujitsu, storage Fujitsu o di NetApp, switch Brocade, tutta componentistica standard de jure e di mercato, basata su hypervisor VMware o Microsoft, sulla quale è possibile avviare rapidamente un progetto di virtualizzazione. Su questo, proprio perché si basa su standard di mercato, è poi possibile innestare la componente di Orchestrazione, cioè tutta una componentistica che permette di gestire, tramite un apposito portale, sia la definizione dei servizi da erogare che effettuare la delivery degli stessi dal punto di vista degli utenti, abilitando il provisioning di quello che di volta in volta occorre.

In sostanza, osserva Cherubini, un progetto che, inizialmente, serve a portare la virtualizzazione all'interno dell'azienda, rende possibile,



via via, “deliverare” le medesime risorse in un’ottica cloud, con la possibilità di farlo inizialmente in modalità “on-premise”.

L’utilizzo di questo tipo di tecnologie apre anche alla possibilità di fare successivamente ricorso ad architetture più complesse ed aperte come quelle Hybrid Cloud, e cioè erogare servizi anche tramite un provider cloud o riportarli all’interno del perimetro aziendale, qualora fosse il caso, in quanto la piattaforma sottostante presenta le medesime caratteristiche funzionali.

L’utilizzo di architetture di riferimento o di soluzioni pronte all’uso è quindi un approccio che, si tratti di Cloud, Big Data o altri contesti IT, permette di velocizzare il passaggio in produzione, riducendo i tempi di realizzazione di un progetto, riducendo contemporaneamente i rischi di implementazione, velocizzando i tipici tempi di implementazione e aprendo la strada a successivi sviluppi. Sono tutti benefici, mette in guardia Cherubini, che derivano, in modo naturale, dall’utilizzo di soluzioni di tipo “Open”, mentre con architetture chiuse e proprietarie spesso ci si trova a dover rinnovare e modificare profondamente quanto in esercizio se non a dover accantonare del tutto la soluzione pregressa per potersi orientare verso i nuovi paradigmi.

**Che garanzia attendersi da un fornitore**

Se con soluzioni “ready to run” si

può intraprendere con maggior tranquillità e rapidità la strada della virtualizzazione dell’IT, il passo successivo verso il cloud implica, nel farlo, maggiore attenzione, sia per quanto concerne le piattaforme tecnologiche da adottare che la scelta dei partner.

Il problema, mette in guardia Cherubini, è conseguenza del fatto che man mano che il Cloud viene adottato in crescente misura, la vita per il personale IT si complica, specialmente sul versante della gestione. All’inizio della sua diffusione ed in una fase pionieristica, se si desiderava sperimentare il cloud, lo si faceva con una singola applicazione od una serie limitata di applicazioni che venivano allocate presso un provider di servizi Cloud ed il tutto era abbastanza facile da gestire.

Con l’adozione che diventa massiva ed implica il passaggio al cloud di una significativa componente dell’IT la complessità di gestione



e di integrazione, nonché di un corretto dimensionamento delle risorse, diventa complicata. Quello di cui si evidenzia la necessità è un modello unificato che in qualche modo consenta di integrare i diversi fornitori dei servizi cloud per poterli vedere e gestire tramite un unico pannello sinottico.

Il fatto è, pone l’accento Cherubini, che i fornitori di servizi Cloud dovrebbero caratterizzarsi in qualche modo come garanti di una gestione corretta e semplificata dei servizi che forniscono piuttosto che ricadere nella tentazione di creare, per l’utilizzatore, una nuova condizione di “lock-in”. In pratica, ed è quello che Fujitsu ha voluto evitare con le soluzioni per il cloud che propone, invece di avere un “lock-in” sul server o sulla soluzione di tipo on-premise, adesso alcuni operatori cercano di realizzarlo in un’ottica Cloud per vincolare il cliente.

«Tra i fornitori si dovrebbero preferire quelli che possono garantire una maggiore interoperabilità e riescano a semplificare la visione dei servizi di cui si sta usufruendo. Non dovrebbero esistere vincoli nel muovere le applicazioni da e verso il cloud e tra diversi fornitori del servizio (come purtroppo in alcuni casi si è già verificato) ed anche se il pricing del servizio praticato fosse particolarmente appetibile si dovrebbero sempre verificare attentamente l’assenza di vincoli che impediscano, un giorno, di cambiare fornitore», suggerisce Cherubini. \*

**Roberto Cherubini,**  
IT Architecture Consultant di Fujitsu

# MONETIZZARE I BIG DATA SEMPLICEMENTE E IN AUTONOMIA

*Intervista ad Andrea Cassini, Senior Technical Manager di Information Builders che delinea i punti principali di un approccio strategico improntato alla massima efficienza con il minimo sforzo*

*di Gian Carlo Lanzetti*

**M**i parli di Information Builders e della sua strategia di analisi Self Service?

Information Builders proprio quest'anno compie 40 anni di attività nel mondo del reporting e dell'analisi dei dati. Nata inizialmente sul mondo mainframe, ha saputo portare con successo le proprie tecnologie sui sistemi distribuiti fino ad arrivare nel mondo Web e più recentemente sui Big Data, mantenendo sempre una forte spinta sull'innovazione.

Da sempre ha adottato delle soluzioni che potessero aiutare gli utenti ad avere un rapporto più amichevole con l'analisi dati inventando già negli anni 80 una tecnologia denominata "Talk Technology" che permetteva agli utenti dei grandi sistemi mainframe di creare delle query in modo semplice ed intuitivo attraverso delle semplici finestre di navigazione come se si lavorasse nel mondo Windows!. L'attuale strategia aziendale è quella di consentire a quanti più utenti possibile (dentro il firewall aziendale ma anche al di fuori) di utilizzare gli strumenti di self service BI in modo da rendersi in gran parte indipendenti dall'IT. Varie tipologie di utenti richiedono

modalità differenti: potenti strumenti come InfoAssist e InfoDiscovery permettono agli Analisti di creare, in pochi click, sofisticati e accattivanti report intuitivi, anche navigabili in modalità Data Discovery. Ma sono comunque dedicati a utenti abituati all'analisi e che conoscono i modelli dati sottostanti. Invece utenti senza competenze tecniche possono usare le nostre InfoApps, applicazioni fortemente interattive per utenti di tipo business che guidano maggiormente l'utente senza bisogno di training.

## ***In che modo le aziende possono monetizzare i Big Data ?***

Abbiamo individuato 5 modi per monetizzare i dati:

**1. Reinventare l'informazione come nuovo prodotto o linea di business.** Significa "impacchettare" le informazioni sotto forma di nuovo prodotto; un po' come, per esempio, fanno le banche attraverso lo strumento della cartolarizzazione dei mutui bancari, o le aziende di telecomunicazione che vendono i dati degli spostamenti dei propri clienti alla grande distribuzione retail. Vendere i propri dati è il

modo più semplice per monetizzare i propri dati.

- 2. Ottenere maggiori profitti grazie alle nuove esperienze online del cliente.** Mantenendo il portale aziendale sempre aggiornato e ricco di contenuti è possibile intuire le esigenze dei propri clienti che, navigando all'interno del sito istituzionale, rilasciano notevoli quantità di informazioni sui propri interessi.
- 3. Avere una visione analitica totalmente nuova nel business del cliente.** Con le moderne tecniche di analisi, possiamo fornire ai nostri clienti dati e informazioni completamente nuovi aggregati in modi differenti, per far comprendere ai nostri clienti come poter aumentare il proprio business. Recentemente posso citare l'esempio di Yellow Pages, sito canadese equivalente alle Italiane Pagine Gialle che, attraverso l'utilizzo dei big data e dei nostri sofisticati strumenti di analytics, permette di tracciare le visite ma anche di capire le intenzioni dei visitatori sulle pagine dell'inserzionista (nonchè cliente di YP).
- 4. Distribuire metriche comparative per migliorare le prestazioni dei dipendenti.** Fornire ai propri dipendenti sofisticati strumenti di analisi, metriche e indicatori comparativi, permette di aumentare la capacità di vendita di oltre il 30%. Avere in una banca, per esempio, un dipendente preparato in grado di fare analisi comparative su prodotti



di investimento diversi, anche tra banche diverse, risulta essere vincente nella fase di acquisizione di nuovi clienti.

**5. Allineare il comportamento dei partner ai propri obiettivi finanziari.** L'accesso ai dati dei partner e la condivisione con loro permette di riallineare i comportamenti anche dei nostri partner, per contribuire al meglio al raggiungimento degli obiettivi prefissati dal management aziendale.

**Come si può affrontare il difficile discorso della Data Quality?**

È effettivamente un discorso difficile ma veramente importante e che va approcciato in maniera congiunta dal business e dall'IT. Importantissimo intanto perchè gli effetti sono enormi: alcune sorgenti parlano di circa il 10% delle revenue aziendali totali perse per colpa dei cosiddetti Bad Data. Le cause possono essere tante, da data entry a migrazioni di sistemi a integrazioni di sorgenti esterne e così via. Information Builder può aiutare tramite un "real-time, end-to-end data quality management", andando a eliminare ridondanze, facendo data cleansing, scoring dei dati e in ultima analisi permettendo anche a dei data steward di risolvere tramite un portale i casi più critici.

Proprio per questi motivi la nostra suite iWay è stata recentemente posizionata tra i leader nel quadrante di Gartner della Data Quality!



**La modernizzazione dei dati di cui IB è paladina è basata soltanto sul fatto di dare agli utenti la possibilità di diventare loro stessi data scientist?**

Le nostre tecnologie vengono distribuite a 360 gradi a tutti gli utenti, non solo a quelli che faranno i data scientist. Per ogni ruolo aziendale abbiamo una soluzione specializzata.

WebFOCUS App Studio agli sviluppatori, InfoDiscovery e InfoAssist ai Business Analysts, i portali ricchi di contenuti con dashboard mirate e le Infoapps agli Executives & Line of Business e agli operational Employees. In realtà sotto c'è sempre un'unica piattaforma integrata, WebFOCUS, con cui si creano e configurano analisi di vario tipo che vengono rilasciate in modalità differenti alle varie tipologie di utenti.

**Come è possibile che le InfoApp, perno della vostra proposition, non richiedano training?**

Avete presente le app che abbiamo sui nostri cellulari? Oppure i portali intuitivi delle prenotazioni dei treni o altre app che permettono di ricercare in tempo reale migliaia

di alberghi e voli? Richiedono del training? Assolutamente no poichè sono altamente "intuitive". Un utente medio è in grado di utilizzarle dopo pochi minuti (se non secondi) di utilizzo.

Le nostre InfoApps si basano esattamente su questo concetto. Semplici listbox, grafici e report cliccabili intuitivi e altamente descrittivi, permettono di analizzare i dati da centinaia di angolazioni diverse.

**La concorrenza è folta: quali i vostri tratti distintivi rispetto a Ibm, Oracle, Sap, Microstrategy e Qlik per citare alcuni competitor?**

La concorrenza è molto folta, come regola base direi che molto dipende da quello che un cliente sta cercando. Tra i nostri tratti distintivi cito la Scalabilità, anche in Applicazioni Customer-facing, l'ottimo e reattivo Supporto Tecnico (vincitore di molti award) e la semplicità d'uso.

Per i giudizi di dettaglio tecnico vi rimando agli Analisti, che parlano sempre molto bene di noi e della completezza della nostra piattaforma, che non include solo Data Discovery, ma copre uno spettro molto più ampio, senza cadere però nelle problematiche legate al gigantismo di alcuni dei player citati.

A questo proposito faccio notare che Information Builders è tutt'ora un'azienda indipendente controllata dallo stesso fondatore e non quotata in Borsa, di conseguenza maggiormente flessibile. \*

# IBM STORAGE: MASSIME PRESTAZIONI PER I BIG DATA E LE NUOVE APPLICAZIONI

*A supporto delle nuove esigenze di archiviazione il vendor promuove l'evoluzione verso il software defined, ma rimarca anche il valore del "ferro", mantenendo investimenti su tutte le componenti tecnologiche*

La gestione dei Big Data e l'esigenza di garantire livelli di elaborazioni adatti alle operazioni di analytics in tempo reale contribuiscono a guidare l'evoluzione tecnologica dei sistemi di memorizzazione e delle famiglie di server di IBM, sempre più orientati verso modelli flessibili e caratterizzati da incrementi di prestazioni che sembrano procedere senza apparenti limiti.

L'autunno si è concluso con molte novità per la divisione sistemi e storage di IBM, con risultati molto positivi nel terzo trimestre e annunci sul mondo Power, lo storage high-end e l'arrivo sul mercato del nuovo brand di soluzioni LinuxONE, con cui IBM propone per la prima volta i sistemi mainframe in ambiente esclusivamente Linux.

«Tutti parlano del digital computing e il mondo esplora modelli a consumo, ma le aziende continuano a investire sulla

tecnologia perché la riconoscono come fattore abilitante - osserva Paolo Sangalli, director hardware systems sales di IBM Italia -. All'in-

frastruttura viene chiesto di essere scalabile, veloce, di prevedere una gestione intelligente, fornire analytics integrati e un livello di sicurezza in grado di estendere la protezione anche al mobile e al mondo dei Systems of engagement. Questo è ciò che si aspettano le aziende evolute e questo è ciò che IBM mette a disposizione».

## Lo storage disponibile come hardware, software, servizio

«La componente storage si conferma una componente sempre più importante dell'infrastruttura - sostiene Francesco Casa, manager of storage solutions di IBM Italia -. Non si può guardare ora al mondo dello storage senza ripensarlo, tenendo in considerazione l'implicazione di aspetti quali il software defined storage o la tecnologia Flash».

Sono tre i "milestone" in base ai quali IBM sta ripensando l'offerta.

- dare agilità ovvero massima capacità ed efficienza con delivery istantaneo;
- controllo e "insight" dei dati per decidere quali è meglio tenere on-premises e quali spostare in cloud sposando un modello ibrido;
- efficientamento, che significa ridurre i costi.

Un'altra assunzione alla base dell'offerta di IBM è quella di proporre soluzioni che offrano all'utente finale la possibilità di scegliere la modalità d'acquisto preferita, attraverso la scelta tra soluzioni integrate, solo software o servizio cloud. Lo storage IBM si baserà su queste opzioni con un'offerta modulare, basata su open standard e open stack e partendo da tecnologie consolidate presso i propri clienti.

## Lo storage high end si rinnova e diventa standard

In accordo a questi presupposti IBM ha rinnovato la propria gamma di fascia alta.

Una nuova famiglia siglata DS8880 caratterizzerà l'offerta di sistemi storage high end. Tre i modelli previsti: un sistema di ingresso siglato DS8884, il DS8886 che rappresenta l'evoluzione del DS8870 e, infine, il DS8888 che è un nuovo prodotto storage "full flash" indirizzato ai grandi clienti che hanno esigenze prestazionali molto spinte. I modelli DS8884 e DS8886 saranno disponibili dal prossimo 4 dicembre, mentre il DS8888 è atteso nel primo semestre 2016.

Le soluzioni storage di IBM di fascia alta si indirizzano in Italia ad aziende molto diversificate, segmentate in base alla tipologia di workload piuttosto che a dimensioni o mercati. Oltre alle "classiche" banche e organizzazioni finanziarie, ci sono le realtà che hanno esigenze di accesso ai dati



**Paolo Sangalli,**  
director systems  
hardware sales di  
IBM Italia



24x7: per esempio, medie aziende che operano con l'estero. «L'Italia è l'unico Paese al mondo che detiene la leadership dello storage con una quota di mercato molto superiore alla media: nel 2014 è stata circa il 30% - precisa Sangalli -. All'interno di questa percentuale circa due terzi proviene dai sistemi high end DS8870 che contiamo di sostituire ora con il DS8886 e il resto dal settore midrange. L'annuncio del DS8884 ci aiuterà a essere ancora più pervasivi e acquisire nuovi clienti nella fascia media di mercato».

Accelerazioni prestazionali e availability sono i punti di forza della nuova gamma DS8800, mantenendo l'attenzione ai costi grazie a una maggiore standardizzazione. «IBM continua a investire in tecnologia hardware e ha costantemente aggiornato nel tempo i sistemi DS8000 con le nuove tecnologie a disposizione - prosegue Casa -. Oggi sulle soluzioni high end aggiungiamo un fattore di forma standard da 19 pollici pensato per ridurre i costi di spazio e di consumo energetico che si discosta dal passato (un rack da 33 pollici N.d.R.), con componentistica standard, modulare e ottimizzata».

### L'evoluzione verso il modello software defined

Un ulteriore approccio alla flessibilità è garantito dalla famiglia di soluzioni IBM Spectrum, che indirizza la componente storage di tipo software defined.

L'offerta IBM Spectrum è composta dalle seguenti soluzioni software adatte sia a sistemi IBM sia di terze parti:

- **IBM Spectrum Control**, che è la componente di data management di tipo "analytic driven";
- **IBM Spectrum Protect**, per il backup;
- **IBM Spectrum Archive**, per le esigenze di archiviazione
- **IBM Spectrum Virtualize** (disponibile nel 2016), evoluzione aggiornata con nuove funzionalità di IBM San Volume Controller;
- **IBM Spectrum Accelerate**, che è la soluzione per il grid storage a blocchi disponibile sia come soluzione hardware integrata su IBM XIV, sia come software, sia come servizio.
- **IBM Spectrum Scale** (disponibile nel 2016), che è il prodotto di Elastic storage disponibile come soluzione integrata, solo in versione software o come servizio sull'infrastruttura cloud IBM SoftLayer.

### IBM Power LC e IBM LinuxONE

A livello strategico IBM punta a fornire soluzioni che consentono di supportare il passaggio dal mondo dei dati (Systems of record) a quello dei Systems of engagement, promuovendo l'adozione di un modello ibrido in cui entrambe le componenti possano coesistere per fornire alle aziende il maggiore valore. In questo contesto Linux diventa sempre più protagonista

anche sui server IBM. Sulla fascia media di mercato IBM si rafforza con l'annuncio di server Power System basati su Linux, con costi di ingresso a partire da 5-6 mila euro. Tre i nuovi modelli della gamma siglata Power System LC, in cui la L sta per Linux e la C sta per Cloud. I due modelli siglati S812LC e S822LC sono dedicati alle esigenze di tipo commerciale, a cui si aggiunge una versione del server S822LC ingegnerizzata per l'High Performance Computing (HPC).

«Con le nuove soluzioni Power LC, IBM punta a rafforzarsi sulla fascia midrange - spiega Sangalli -. L'High Performance Computing è, invece, un segmento che rientra nell'offerta IBM dopo la cessione delle soluzioni x86 a Lenovo. IBM sta lavorando insieme a partner come Nvidia per sviluppare una serie di acceleratori, che rappresentano la base per l'HPC».

Ad agosto 2015 IBM ha annunciato il nuovo brand LinuxONE, una piattaforma di hardware, software, soluzioni e servizi basata sulla tecnologia mainframe. Una scelta che interdetta una precisa volontà del mercato, considerando che IBM evidenzia come l'80% delle aziende italiane che hanno il mainframe dispongano di almeno una partizione Linux, su cui vengono eseguiti mediamente il 35-40% dei carichi di lavoro. \*

**Francesco Casa,**  
manager of  
storage solutions  
di IBM Italia



## **La Digital Transformation e la nuova innovazione**

*Viene prima la Digital Transformation o il marketing dei vendor che ne esalta il contenuto innovativo?*

*Come nell'evoluzione della gallina, la risposta sta nel mezzo, perché è vero che diverse imprese hanno iniziato già da qualche anno ad approcciare nuove tecnologie ridisegnando i sistemi informativi aziendali, ma è altresì vero che la maggior parte delle aziende italiane (e probabilmente non solo italiane) mantengono un approccio tradizionale. Ciò non tanto perché frenate da chissà quali sistemi o applicativi legacy, ma semplicemente perché non hanno ancora identificato un ritorno economico in un processo di trasformazione che, in parte, comunque affrontano, ma che non può essere completato senza la larga banda.*

*IDC parla di Terza Piattaforma dal 2011, identificandola come un IT basato su cloud, mobility, social e Big Data.*

*La mobility certamente porta flessibilità a tutti e ogni impresa ne beneficia, ma non tutti allo stesso modo. Sono le imprese molto distribuite, tipicamente di servizio, con una grande componente di forza lavoro sul campo, a trarre i benefici maggiori in termini di efficientamento e arricchimento dei servizi stessi, per esempio nelle tempistiche di supporto on site. Ma nella maggior parte dei casi si può parlare al massimo di accelerazione nei processi di vendita. Non poco, ma neanche una rivoluzione.*

*Social e Big Data portano innovazione soprattutto alle imprese che si rivolgono a un mercato di massa. Sono infatti queste ultime che traggono vantaggio dall'interazione sui social e dagli insight sui Big Data. Sono queste ultime, soprattutto, che hanno sempre dedicato risorse al rinnovamento della relazione con la clientela.*

*Però parliamo di grandi imprese, che possono puntare a sfruttare la Terza Piattaforma nel suo complesso.*

*Anche per quanto riguarda il cloud, i vantaggi non sono uguali per tutti e, se il costo dell'IaaS si sta abbassando facendo ben sperare le imprese e disperare il canale ICT, il vero problema è costituito dalla banda. Quante medie imprese hanno accesso a un'Adsl a 20 Mbps o poco più? Con questa capacità può lavorare in cloud forse un paio di utenti.*

*Senza fibra ottica a 100 Mbps non si genera un volano di efficientamento sufficiente a spostarsi in cloud, ma si può solo attivare soluzioni e servizi mirati, che è quanto si sta facendo, semplificando il lavoro dell'IT solo se questo si è già strutturato in una logica di IT as a Service in chiave ITIL.*

\*



di Gaetano Di Blasio



Smau ti accompagna  
nello sviluppo e nella crescita del tuo business  
in qualità di partner di innovazione.



Nell'anno di **Expo 2015** Smau varca i confini nazionali per creare nuove occasioni di networking a livello internazionale supportando la crescita e lo sviluppo dell'ecosistema dell'innovazione Italiano. Attraverso il suo Roadshow Smau rappresenta il partner di riferimento a supporto della **"digital transformation" delle imprese e delle pubbliche amministrazioni** facilitando l'incontro diretto con gli operatori dell'ecosistema digitale e ICT, il meglio delle startup italiane, importanti Università e Business School, le Associazioni dell'Industria e del Commercio e tutte quelle realtà che svolgono un ruolo fondamentale **per rilanciare l'economia italiana e l'innovazione made in Italy.**

#### Le tappe 2015:

BERLINO  
12-13 marzo

PADOVA  
1-2 aprile

TORINO  
29-30 aprile

BOLOGNA  
4-5 giugno

FIRENZE  
14-15 luglio

MILANO  
21-22-23 ottobre

**NAPOLI**  
**10-11 dicembre**

# ASSINTEL: L'IT ITALIANO CRESCE DI 1,7% NEL 2015

**Il mercato nazionale del 2015 è stimato in 27.400 milioni di euro. La valutazione è contenuta nell'ultimo Assintel Report che delinea un consuntivo leggermente migliore di quello da poco prospettato da Assinform**

di Gian Carlo Lanzetti

L'Assintel Report 2015 è un volume di oltre 300 pagine che racchiude le valutazioni sul mercato IT elaborate da Nextvalue sulla base di interviste a 500 aziende, 275 medio-grandi e 225 Pmi. Il documento è alla sua decima edizione e per la prima volta è stato illustrato a una folta schiera di partecipanti in ambito Smau. «Il mercato - dice Alfredo Gatti che di Nextvalue è Managing Partner - si sta riprendendo ma ancora non si è fuori dal tunnel. Nel 2015 la velocità è semplicemente aumentata di un pochino, grazie essenzialmente alle grandi industrie. Le premesse per fare bene però ci sono tutte, a cominciare dall'atavico ritardo italiano nella applicazioni delle tecnologie innovative».

## RIPRESA IN VISTA?

Nel 2015 la spesa IT torna a crescere nel nostro Paese, dopo il flesso verificatosi in parte già nello scorso anno. La spesa complessiva è stata, come detto, di 24.700 milioni, di cui 5.020 relativi al software, il comparto più dinamico dei quattro il cui il report ripartisce questo mercato. Gli altri sono: hardware e assistenza tecnica (8238 milioni, di nuovo in moderata flessione), servizi IT (8.805 milioni, -1%9) e cloud computing (2.638 milioni, +20%). Questi numeri ci dicono che la situazione di stallo degli investimenti IT sta seppure molto lentamente invertendo la marcia. L'intensità e la velocità di adozione delle nuove

tecnologie digitali e "tradizionali" offrono, seppure in un quadro tuttora a macchia di leopardo, motivo di cauto ottimismo.

## SOFTWARE: I NUOVI PARADIGMI

Uno dei capitoli del rapporto che ci sembra più ricco di dati e considerazioni è quello del software. Questo comparto anche nell'anno in corso ha mantenuto l'abbrivio positivo manifestato negli anni precedenti a riprova del suo sostegno alle iniziative di ammodernamento dell'IT e dei processi di innovazione dell'impresa. Si tratta di un mercato stimato quest'anno in 5.020 milioni di euro, in crescita del 2,7% sul 2014.

Middleware e applicativi rappresentano le componenti più dinamiche mentre il software di sistema ha ormai raggiunto una rilevante maturità.

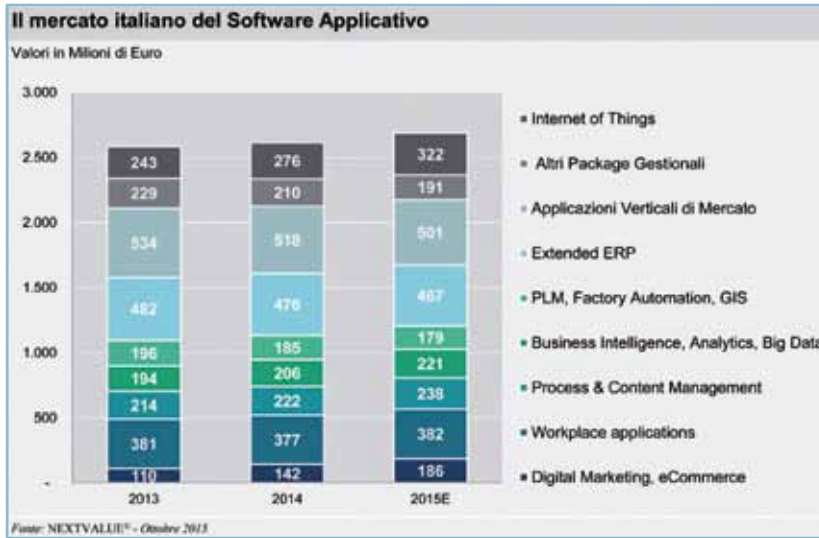
Vediamo meglio. Nonostante la presenza di alcuni trend che ne hanno rallentato la decrescita, il segmento del software di sistema ha accusato anche nel 2015 una decrescita del 4,3% e ora vale appena 487 milioni, meno del 10% di tutto il mercato nazionale



del software. La contrazione in atto è dovuta principalmente, come ormai noto, alla inevitabile riduzione dei prezzi delle nuove versioni, alla contestuale riduzione degli investimenti in piattaforme dovuti alla compressione dei budget dedicati all'IT "esistente", alla flessione di alcuni mercati come quello dei PC, alla ampia disponibilità in Inter-

net e nella presenza nell'offerta cloud di strumenti downloadable e opensource che cannibalizzano le funzionalità dei sistemi installati. Tra le funzionalità di maggiore interesse e di giustificato investimento dal punto di vista degli utenti finali vi sono quelli per la protezione e maggiore sicurezza, per la riallocazione più ottimale dello storage, per il potenziamento delle risorse computerazionali e per l'accesso ai nuovi servizi offerti in cloud.

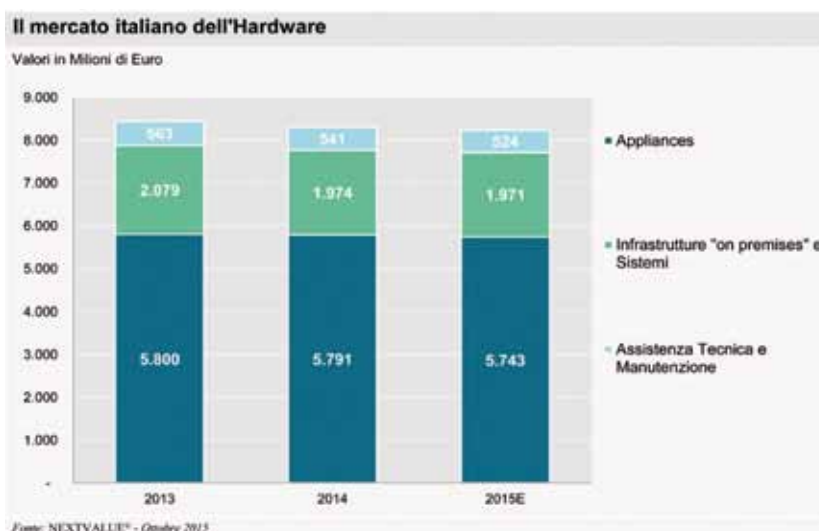
L'intero comparto del software di infrastruttura, o Middleware, mantiene invece la propria dinamica positiva, per raggiungere quest'anno i 1.846 milioni, con un tasso di crescita del 3,5% sui precedenti 12 mesi. Come noto questo software abilita le maggiori trasformazioni, gli ammodernamenti, l'efficienza e la resilienza dell'Information System che evolve come un



"servizio on-demand" strategico per l'impresa e il suo funzionamento. Questo cambiamento, sottolinea il report, dà origine e a nuovi spazi per l'adozione di strumenti di DevOps, migliora la gestione integrata degli asset informatici e innesca processi strutturati di provisioning. In particolare esso abilita l'evoluzione verso modelli ibridi di cloud

e l'automazione delle operazioni dell'IT. Tutti gli sviluppi progettuali connessi alle esigenze di mobility, di collaboration, di sicurezza, di miglioramento della customer experience e di Big Data oltre che di Internet of Things affondano le loro radici nel middleware. L'innesto di tante iniziative in queste aree comporta quindi un continuo ampliamento e arricchimento delle sue funzionalità e lo confermano come il fattore abilitante dell'intero information Management.

Il segmento del middleware trae inoltre un ulteriore vigore dagli investimenti delle imprese per seguire e fidelizzare il cliente in tutte le occasioni di contatto, per gestirne un profilo digitale e per fargli percepire un'esperienza unica. Rilevante comincia pure ad essere l'apporto delle iniziative di Internet of Things: nel 2015 si sono raggiunti ricavi per 322 milioni di



### Spesa IT per segmenti di mercato

Valori in Milioni di Euro					
Spesa End-user	2013	2014	2015E	Δ% 14/13	Δ% 15E/14
Assicurazioni	1.210	1.248	1.290	3,1%	3,4%
Banche	5.502	5.681	5.890	3,2%	3,7%
Commercio, Distribuzione e Servizi	2.350	2.312	2.296	-1,6%	-0,7%
Enti Locali	826	796	780	-3,9%	-2,0%
Industria	4.340	4.331	4.416	-0,2%	2,0%
Pubblica Amministrazione	1.402	1.345	1.312	-4,1%	-2,5%
Sanità	548	530	516	-3,1%	-2,6%
Telecomunicazioni e Media	2.883	2.977	3.080	3,3%	3,5%
Trasporti e Logistica	1.116	1.112	1.140	-0,4%	2,5%
Utility	979	1.022	1.066	4,4%	4,3%
Consumer	2.976	2.946	2.915	-1,0%	-1,1%
<b>Totale</b>	<b>24.134</b>	<b>24.300</b>	<b>24.701</b>	<b>0,7%</b>	<b>1,7%</b>

Fonte: NEXVALUE® - Ottobre 2015

euro dai 276 dello scorso anno e dai 243 del 2013. Dalle considerazioni fatte emerge che l'investimento in middleware è sempre più strategico per abilitare i processi di innovazione e per la messa in opera di una infrastruttura IT versatile, resiliente e, in molti casi, integrata con ampie componenti provenienti dal cloud.

### Il mercato italiano dei Servizi IT



### IN FORTE CRESCITA IL SAAS

E veniamo al segmento del software applicativo dove la spesa nel suo complesso si attesta a 2687 milioni, con una variazione positiva del 2,9% sul 2014. Nel valutare l'importanza del trend di innovazione occorre tenere presente che il software applicativo ha ormai come alternativa molto plausibile quella rappresentata dai servizi applicativi offerti come Software as a Service (SaaS). Un'ampia gamma di questi servizi sono ormai disponibili anche nelle aree più critiche e la loro flessibilità, in termini di utilizzo e costo, li rende oggettivamente interessanti, senza contare che il loro aggiornamento è in generale compreso nei canoni di utilizzo. Come riferiscono i Cio del panel il modello SaaS e, più in generale, gli equivalenti servizi di cloud computing sono doverosamente presi in considerazione quando si tratta di affrontare un provisioning veloce, come nel caso di nuovi progetti. Tra i segmenti più importanti per il contributo all'innovazione, per tassi di crescita e volumi generati vi è quello che racchiude tutte le applicazioni di Business Intelligence, di Analytics e di gestione dei Big Data. Dopo l'importante balzo compiuto negli ultimi anni anche nel 2015 c'è stata una crescita del 7,3%. Mentre le imprese italiane, osserva il documento di Assintel, risultano ben attrezzate in termini di soluzioni tradizionali riconducibili alla classica Business Intelligence, sono ancora in una fase preliminare per quanto riguarda l'adozione su larga scala di Big Data e Business Analytics, ai fini di un effettivo supporto al processo decisionale o semplicemente alla stessa operatività aziendale. I decisori dell'IT segnalano, a questo riguardo, la necessità di migliorare le tecniche di analisi e di dare vita a sperimentazioni e prototipizzazioni su larga scala. Ad esempio si fa spesso riferimento all'importanza del reperimento e dell'utilizzo

di informazioni presenti nei social media o al ricorso ad applicativi di Analytics di nuova generazione capaci di elaborare dati non-strutturati, in tempo reale e in una logica predittiva. Non sono le competenze che mancano in questo caso ma un maggiore commitment alla sperimentazione per imboccare con decisione la strada dell'organizzazione data-driven auspicata da più parti e perseguita con impegno già da società attive nel settore dell'eCommerce e del retail sotto forma di progetti di profilatura e di fidelizzazione dei clienti.

### LA REALTÀ DEL CLOUD

Il volume di spesa complessiva raggiunta quest'anno dai servizi di cloud computing, analizzati sulla base delle definizioni di valenza internazionale, è di quasi 2640 milioni di euro, con un progresso del 20% anno su anno, di cui 1428 milioni relativi ai servizi di cloud computing cosiddetti "classici" (SaaS, PaaS, IaaS, di management e sicurezza). Il solo segmento SaaS genera un business stimato per il corrente anno in 724 milioni (contro 606 milioni nel 2014, pari a un +19%). Come sempre succede sono le imprese medio e grandi a guidare queste scelte anche se, viene riconosciuto, negli ultimi tempi il movimento cloud ha incominciato a fare breccia anche presso le Pmi.

### BANCHE SEMPRE IN TESTA

Dei 24.700 milioni di euro che formano il mercato IT la parte relativamente più elevata, quasi 5.700 milioni, è delle banche, un dato 2015 in deciso rialzo sull'anno prima (+3,7%). A decrescere di più, ancora una volta è la PA centrale (-2,5%), seguita dai settori degli enti locali (-2%) e della sanità (-2,6%). Bene hanno fatto anche assicurazioni e Tlc. Il settore delle utility è quello che evidenzia l'incremento maggiore: +4,3%



a 1.066 milioni. La fetta del mercato IT coperta dal consumer si aggira intorno ai 2.900 milioni, con un calo dell'1,1%. A riprova che a beneficiare del positivo risultato ascrivito al 2015 sono stati quei settori dove più forte è la presenza di grandi organizzazioni.

### IN SINTESI

Al di là dei numeri, rimane il fatto incontrovertibile che, secondo anche valutazioni di enti sovranazionali come la Commissione Europea, il nostro Paese è sceso al 25° posto in Europa sotto il profilo delle connessioni a larga banda, la percentuale dei cittadini che usano Internet, la presenza di skill digitali, l'adozione di tecnologie digitali per il business e l'uso di servizi online messi a disposizione della PA.

Visto che siamo tanto indietro, sottolinea anche l'Assintel Report 2015, dovrebbe essere più facile guadagnare posizioni nel prossimo futuro. Ma nulla il documento dice sulle prospettive per il 2016, in questo modo allineandosi all'atteggiamento non dissimile di Assinform. \*

# SYMANTEC VUOLE GUIDARE LA SICUREZZA BUSINESS

**Lo scorporo di Veritas, un nuovo programma di canale e il rilascio di una piattaforma sviluppata internamente per rilevare e bloccare le minacce avanzate. I segnali della "nuova" Symantec nell'intervista a Vittorio Bitteleri, responsabile per la sicurezza enterprise in Italia.**

di Riccardo Florio

**Vittorio Bitteleri,**  
Head of Sales & Channel  
for Enterprise Security di  
Symantec Italia



Symantec vuole tornare a essere l'azienda che guida il mercato della sicurezza. Una proposizione che si legge non solo nelle parole, ma anche in alcuni segnali di orientamento strategico e tecnologico. A Vittorio Bitteleri il compito di guidare in Italia il segmento delle vendite sul versante business. Direction lo ha intervistato.

**Non pensa che negli ultimi anni Symantec abbia perso un po' di mordente come azienda trainante nel settore della sicurezza aziendale?**

Symantec si sta riposizionando sul mercato con l'approccio corretto. Una delle ragioni dello split (a ottobre 2015 si è completato lo scorporo di Veritas N.d.R.) è di ritornare ad avere due aziende focalizzate su due settori distinti. Quando fu acquisita Veritas, la sensazione del mercato era che si andasse verso una convergenza a 360 gradi delle tematiche di gestione del dato e di sicurezza. Altre aziende di settore hanno seguito questa strada: per esempio, aziende di storage hanno acquisito aziende di sicurezza. In realtà, la gestione dei dati si è andata orientando verso le tematiche di gestione dei big data mentre la sicurezza si è indirizzata verso il tema della cyber security e questi due aspetti sono risultati divergenti. Per questo motivo Symantec ha deciso di separare la parte Veritas focalizzata sugli ambiti di storage management dalla parte di security.

**Quali sono le tematiche più attuali nella sicurezza?**

Esiste un aspetto di continuità rispetto al passato: per esempio, la gestione dell'endpoint continua a rappresentare un tassello importante della nostra strategia. Vi è poi

una componente innovativa legata alle nuove tipologie di minacce e Symantec ha recentemente rilasciato la nuova piattaforma ATP (Advanced Threat Protection) per fronteggiarle. Ciò che oggi promuove Symantec è l'idea di costruire un layer di piattaforme integrate di sicurezza che possa proteggere i vari punti di accesso dell'infrastruttura ovvero gli endpoint, la parte di network e quella di gateway e-mail fornendo un unico punto di gestione e controllo. Secondo noi questa è una chiave vincente anche perché oggi, sempre più spesso, vengono sfruttate vulnerabilità che sono correlate all'integrazione di diverse tecnologie.

**Quindi la vostra idea è che per essere sicura un'azienda deve scegliere solo soluzioni Symantec ?**

Noi proponiamo una piattaforma integrata sui tre pilastri fondamentali (endpoint, rete, gateway); poi ci sono le integrazioni con le soluzioni di terze parti su cui stiamo lavorando consapevoli che investimenti importanti fatti dalle aziende non possano essere facilmente accantonati e dismessi. Oggi riteniamo che l'evoluzione nella sicurezza, più che sul versante tecnologico, sia legata all'intelligence che vi sta dietro e quindi tutte le soluzioni Symantec sfrutteranno sempre più le informazioni raccolte ed elaborate attraverso la nostra Global Intelligent Network che vanta numeri impressionanti: basti pensare che i nostri sistemi tracciano il 30% delle e-mail mondiali, che rappresentano il veicolo primario per le infezioni ed elaborano 350mila log al secondo.

Il valore si sta spostando anche sempre più verso servizi cloud perché oggi la security è un'esigenza tanto necessaria quanto costosa in termini di risorse, skill, competenze e

non tutti possono permettersi di predisporre internamente un servizio di sicurezza efficace attivo in modalità 24x7.

### Cosa rappresenta per voi il cloud?

Rappresenta un'opportunità per affiancare ai servizi di sicurezza on premises dei nostri clienti una serie di servizi che possono essere più efficacemente delegati all'esterno. A maggior ragione in un contesto sempre più pervaso da requisiti normativi stringenti per il trattamento delle informazioni. Oggi le aziende non sono più in grado di raccogliere, gestire e analizzare tutti i log di quanto accade al loro interno.

Noi ci proponiamo di fornire un'attività di co-sourcing in cui ci occupiamo internamente degli aspetti di sicurezza correlati al business ed esternamente, tramite servizi cloud, di quanto attiene all'infrastruttura pura.

### Secondo voi nel cloud è possibile spostare in sicurezza anche le applicazioni mission critical?

Sì, perché siamo già in grado di esportare in cloud le applicazioni di sicurezza che sono tipiche dell'ambiente on premises. Dal punto di vista tecnologico, Symantec è nelle condizioni di garantire che il dato in cloud abbia la stessa riservatezza e protezione del dato on premise.

### Qual è il go to market in Italia?

Symantec è divisa in due business unit. Una è quella focalizzata sul mercato consumer e l'altra si occupa del mercato business, partendo da aziende da 150 dipendenti fino alle grandi realtà enterprise. Sui clienti più grandi interveniamo in modo diretto e poi, a scendere, ci affidiamo ai business partner.

### Quali sono le peculiarità del nuovo programma di canale?

In ottobre 2015 è stato lanciato ufficial-

mente il programma di canale Secure One, che è una delle prime promesse mantenute successivamente allo split di Veritas. Il programma di canale precedente doveva, infatti, abbracciare più partner e più esigenze di business. Il nuovo programma è estremamente semplice e offre la possibilità, a chi crede nella strategia di Symantec, di accedere da subito al primo livello di entrata che è denominato Silver senza richiedere impegni eccessivamente gravosi: sono richiesti 10mila euro di fatturato annuo e non è necessaria alcuna certificazione. Il programma prevede tre livelli, silver, gold e platinum e, per quelli successivi, sono richieste non solo soglie maggiori ma anche certificazioni. Pensiamo che Secure One sia molto incentivante grazie a requisiti semplificati di competenza e certificazione e un GAR (Growth-Accelerator Rebate) più prevedibile e remunerativo. Secure One prevede, inoltre, un nuovo Distribution Program, finalizzato a sostenere e accelerare la crescita dei partner.

### A livello tecnologico quali sono i prossimi passi?

Advanced Threat Protection, in sigla ATP, segna un momento importante della nostra storia recente perché si tratta del rilascio di una nuova piattaforma realizzata interamente da Symantec e non frutto di un'acquisizione.

Sarà disponibile dalla fine del 2015 in accordo agli annunci fatti durante il kick off di Las Vegas. Il partner program nuovo unitamente al lancio della nuova piattaforma di sicurezza ATP sono un segnale della nuova direzione della Symantec Security. La rifocalizzazione su meno cose fatte bene inizia già a dare i suoi frutti. \*

## Symantec Advanced Threat Protection

Symantec Advanced Threat Protection (ATP) è una soluzione disponibile come appliance hardware o come Virtual machine, che combina la telemetria globale della rete mondiale di cyber intelligence di Symantec, con i dati e il contesto locale aziendale attraverso endpoint, reti e gateway di posta, per scovare le minacce difficili da individuare come gli attacchi mirati e persistenti (APT) e le minacce "zero day".

Symantec ATP, attraverso la tecnologia Synapse, cerca l'effetto di qualsiasi possibile attacco all'interno dell'infrastruttura e correla le attività sospette, classificando in ordine d'importanza gli eventi a più alto rischio. Una volta identificata, una minaccia critica può essere contenuta rapidamente, bloccando le nuove istanze.

Symantec ATP include anche Symantec Cynic, un nuovo servizio basato su cloud che permette di eseguire potenziali malware all'interno di un ambiente sandbox.



# D-LINK CAMBIA TARGET PER LA VIDEOSORVEGLIANZA SU IP

**Si amplia la gamma di soluzioni del produttore coreano che, in Italia, punta a far crescere in competenze il comparto degli installatori avvicinandoli sempre più al mondo del networking**

di Riccardo Florio

**È** ancora lungo il percorso di transizione dalla videoconferenza di tipo analogico a quella in formato digitale trasmessa su IP. Tuttavia, si tratta di un trend positivo, come dimostrano, per esempio, i dati di IHS Technology (Top Video Surveillance Trends per l'anno 2015) che evidenziano la forte crescita di componenti di videosorveglianza con migliori prestazioni e alta qualità video (sia da parte dei consumatori sia degli installatori) e stimano per il 2015, una crescita del 19% per il mercato globale della videosorveglianza IP.

«L'installazione delle soluzioni di videosorveglianza viene oggi effettuata prevalentemente da aziende e operatori che hanno più dimestichezza con il tema degli impianti di sicurezza (allarmi, antifurti, impianti elettrici) che con quello dei sistemi di rete - spiega Alessandro Taramelli, country manager di D-Link Italia -. Per favorire la migrazione verso i nuovi modelli di videosorveglianza basati su IP è necessario favorire un aggiornamento culturale e aiutare questi operatori a sviluppare nuove competenze».

## **SMART INSTALLER PROGRAM, IL PROGRAMMA DI CANALE PER GLI INSTALLATORI DI SICUREZZA**

Per queste ragioni D-Link ha avviato un nuovo programma di partnership di canale specificatamente dedicato agli installatori di sicurezza denominato Smart Installer Program e caratterizzato da promozioni e vantaggi specifici. Gli installatori partner di D-Link, tramite il portale dedicato agli Smart Installer, hanno la possibilità di accedere al proprio account e consultare i prodotti, ricevere informazioni in materia di prezzi e consulenza tecnica, richiedere il supporto alle vendite e usufruire di tutti i benefit.

«Questi partner - prosegue Taramelli - rappresentano per noi una grande opportunità e noi abbia-

mo intenzione di supportarli per aiutarli a compiere questo salto tecnologico. Le differenze tra i sistemi di videosorveglianza di tipo analogico e quelli basati su IP è talmente elevata in termini di flessibilità, efficienza, accessibilità, qualità video, sensibilità, gestione dell'archiviazione e riduzione dei costi che non si tratta di discutere se si realizzerà una migrazione, ma solo in quanto tempo. Pertanto, gli installatori devono comprendere che è importante che le loro competenze si estendano al mondo del networking e D-Link intende supportarli per favorire questo salto tecnologico».

Il programma Smart Installer di D-Link si propone di consentire agli installatori di sicurezza di essere competitivi e salvaguardare contemporaneamente i propri margini, grazie a una serie di strumenti e benefit che includono prezzi d'acquisto vantaggiosi, offerte bloccate, strumenti di vendita completi, formazione dedicata e assistenza alla vendita.

## **LE SOLUZIONI DELLA LINEA VIGILANCE**

Per fare da trampolino per la crescita degli installatori, D-Link ha rilasciato la nuova linea di telecamere di sicurezza Vigilance, adatte ad ambienti sia interni sia esterni, con risoluzione HD e supporto per formati standard così da integrarsi senza difficoltà agli altri sistemi esistenti.

La linea completa di telecamere di videosorveglianza Vigilance comprende cinque modelli:

- **DCS-4201**, una videocamera wireless HD da 1 Megapixel, con risoluzione 720p, 3DNR e visione notturna fino a 10 metri;
- **DCS-4602EV**, una soluzione di tipo "Dome" da esterno, full HD e Vandal-Proof con supporto Power over Ethernet, risoluzione 1080p, visione notturna fino a 20 metri, WDR, 3DNR;

- **DCS-4603** è un dispositivo Dome da 3 Megapixel, con risoluzione 1080p Videocamera, visione notturna fino a 10 metri, WDR, 3DNR e PoE
- **DCS-4701E**, è una videocamera Mini Bullet da esterni da 1.3 Megapixel, con risoluzione 720p, visione notturna fino a 30 metri, WDR, 3DNR, LowLight+ e supporto PoE;
- **DCS-4802E** è il modello Mini Dome da esterni da 2 Megapixel, risoluzione 1080p, visione notturna fino a 30 metri, WDR, 3DNR, 3-axis gimbal e PoE.

«Collaborare con i partner giusti e disporre dei prodotti più adatti, a prezzi competitivi e con le caratteristiche richieste dal mercato è essenziale - osserva Taramelli -. Il programma Smart Installer e la nuova linea Vigilance sono studiati appositamente per rispondere alle necessità dei partner e sostenerli in un settore competitivo come quello della videosorveglianza».

### UN SOFTWARE PER GESTIRE FINO A 64 VIDEOCAMERE IN CONTEMPORANEA

Un altro tema centrale nella videosorveglianza è quello della gestione. A tale riguardo D-Link ha reso disponibile un nuovo software professionale di Video Management denominato D-ViewCam Plus, che permette di gestire fino a 64 videocamere contemporaneamente, oltre a fornire funzionalità avanzate di video analisi come il conteggio persone-oggetti-veicoli e il rilevamento presenze.

Le caratteristiche di gestione di sicurezza del software lo rendono un prodotto particolarmente indicato per la protezione di grossi impianti e aree a rischio, mentre la possibilità di visionare più videocamere sullo stesso schermo ne rende idoneo l'uti-

La videocamera IP da esterno D-Link Vigilance DCS-4602EV



lizzo in caso di spazi ampi, come campus universitari o centri commerciali, organizzazioni con varie sedi o attività in espansione.

«Le aziende vogliono essere sicure che le loro sedi, le loro proprietà e il personale siano protetti in qualsiasi momento - ha dichiarato Kevin Wen, presidente di D-Link Europe -. Tradizionalmente situazioni con videocamere multiple o dislocate su più siti erano difficili da gestire, ma D-viewCam Plus è uno strumento intelligente che consente ai responsabili della sicurezza o della rete, di effettuare il monitoraggio e la gestione in tempo reale di un network fino a 64 telecamere, attraverso un unico schermo, con un'interfaccia facile e intuitiva.

Il risultato finale è un'installazione multi canale semplice da gestire e scalabile».

Le funzionalità di D-ViewCam Plus includono la possibilità di ampliare l'estensione dell'area di sorveglianza grazie a telecamere motorizzate pan/tilt/zoom e di programmare alcuni parametri di inquadratura per controllare le zone più critiche in modo veloce. Le funzionalità di guardia intelligente e di rilevamento del movimento di D-ViewCam Plus consentono di ricevere una notifica istantanea non appena viene rilevato un evento. Se è necessario analizzare una registrazione particolare, per esempio in caso di effrazioni, la funzione di ricerca intelligente inclusa nel software permette di trovare in modo rapido il filmato che sta cercando. La funzione di protezione dalle manomissioni e l'eliminazione delle oscillazioni della telecamera forniscono una sicurezza aggiuntiva.

D-ViewCam può essere utilizzato con tutte le telecamere D-Link ed è compatibile con più di 40 marche di telecamere di rete. ✱

# LA SICUREZZA ADATTATIVA DI FIREEYE

**Un mix di tecnologia, intelligence ed expertise caratterizza la proposizione strategica dell'azienda che si propone come partner per garantire risposte rapide ed efficaci alle nuove tipologie di attacco**

di Riccardo Florio

**Marco Riboli**, Vice President per il Sud Europa di FireEye

Fondata nel 2004 FireEye, azienda specializzata in soluzioni di sicurezza, è presente sul mercato italiano da tre anni. Tuttavia è ancora limitata la notorietà di questa realtà ad alta specializzazione che prevede di chiudere il 2015 con un fatturato di oltre 630 milioni di dollari.

Tra le tappe che caratterizzano la storia di FireEye va ricordata l'acquisizione nel 2013 di Mandiant (per circa 1 miliardo di dollari), azienda molto nota oltre oceano per la sua capacità consulenziale e i prodotti per la gestione degli incidenti. La quotazione in borsa negli Stati Uniti di FireEye, avvenuta nel 2014, ha fatto registrare un risultato estremamente positivo che ha messo a disposizione dell'azienda le risorse per un ulteriore impulso e per ampliare l'offerta dei suoi prodotti che sono passati da due a più di venti.

Vice Presidente per il Sud Europa è Marco Riboli, un veterano nel mondo della sicurezza ICT, già Vice President e General Manager di Symantec EMEA Southern Region.

«Pensare che la possibilità di essere colpiti sia un rischio reale non è più un errore - osserva Riboli -; le nuove minacce, ma soprattutto i nuovi attaccanti, possono arrivare ovunque. A questo punto bisogna chiedersi chi ci possa dare la maggior sicurezza possibile e supportare in caso di attacco. Chi può aiutarci a ridurre da settimane a ore il tempo di analisi dell'incidente? Chi mi può fornire una metodologia che, abbinata alla tecnologia, garantisca il controllo dei processi? Fire-

Eye risponde a tutte queste domande, offrendo una Adaptive Defense per proteggere la propria comunità globale di utenti».

FireEye propone un modello di difesa di tipo adattativo basato su una combinazione di tecnologia, intelligence e consulenza per predisporre una protezione unificata e porre rimedio alle violazioni in tempi molto rapidi. Il fulcro tecnologico è rappresentato dall'architettura brevettata Multi-Vector Virtual Execution (MVX), pensata per collegare molteplici vettori di attacco e analizzare le minacce su centinaia

di combinazioni tra sistema operativo, applicazioni e versioni software.

Le soluzioni FireEye si collocano a valle dei sistemi di protezione già presenti in aziende fornendo un layer di protezione che non richiede di modificare l'architettura esistente.

L'azienda vanta partnership con numerosi global e local system integrator tra cui HP, Deloitte e SAP, mentre in Italia i suoi prodotti distribuiti da Arrow, Computer Gross ed Exclusive Networks.

In Italia l'azienda annovera per ora una quarantina di clienti - un numero in rapida crescita secondo quanto sostiene

l'azienda - con una presenza soprattutto nell'ambito della Pubblica Amministrazione e del settore finanziario.

«La sicurezza non è più un problema dell'IT ma un tema legato al rischio di business - precisa Riboli -. È importante che a livello di board ci si assicuri di predisporre una gestione adeguata per lo sviluppo di misure di sicurezza e piani di risposta che siano in grado di stare al passo con metodi di attacco sempre più sofisticati, al fine di ridurre al minimo i rischi». ✨



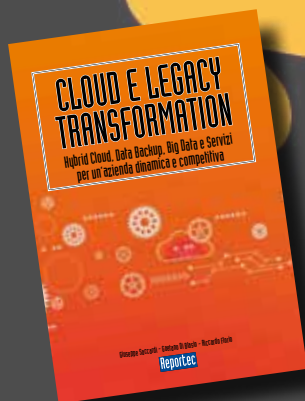
*I componenti della difesa adattativa di FireEye*

# È disponibile il nuovo libro **SICUREZZA E PROTEZIONE DEI DATI**

In oltre 250 pagine il punto sulla situazione della cybersecurity e sulle dinamiche aziendali nella protezione del dato e della continuità del business.

Una tematica sempre più vitale per le imprese, le quali devono mettere in conto che saranno attaccate. Ormai esistono sistemi automatici e pressioni da parte dei cybercriminali, tali per cui nessuno può sentirsi al sicuro: chi non è ancora stato attaccato lo sarà e, se non subirà danni gravi, sarà solo perché chi l'ha assalito cercava qualcos'altro.

**edizione  
2015**



È disponibili anche  
**CLOUD E LEGACY TRANSFORMATION**

Il libro è acquistabile al prezzo di 48 euro (più IVA 22%) richiedendolo a  
**info@reportec.it - tel 02 36580441 - fax 02 36580444**

# DOXEE RINNOVA LA CUSTOMER EXPERIENCE

**Un approccio personalizzato all'insegna della flessibilità, per consentire alle aziende di rinnovare la relazione con i propri clienti nel nuovo contesto della digital transformation**

di Riccardo Florio

La storia di Doxee inizia nel 2001 a Modena, sulla base dell'intuizione dei due soci fondatori Paolo Cavicchioli e Sergio Muratori Casali, oggi rispettivamente CEO e Presidente, che puntavano a mettere a disposizione della customer experience le nuove opportunità aperte dalle tecnologie digitali, dal cloud e dal mobile. Oggi Doxee vanta una presenza internazionale con sedi in Europa e Nord America con un'offerta di soluzioni e servizi Cloud per il Customer Communication Management e la dematerializzazione. Il fulcro tecnologico alla base dell'offerta dell'azienda è la Enterprise Communication Platform, una soluzione cloud nativa usufruibile in modalità Software as a Service, per gestire i processi di interazione con i clienti finali attraverso molteplici canali di comunicazione.

## PUNTARE SULLA PERSONALIZZAZIONE

Per rispondere alle nuove esigenze di digital transformation, Doxee pone l'attenzione su un approccio alla customer experience che passa, innanzitutto, attraverso un livello di esperienza personalizzata. L'elemento differenziante per interazioni ad alto valore diventa quindi la possibilità di fornire contenuti personalizzati, pertinenti e coinvolgenti.

Tra i servizi di comunicazione che realizzano questo modello interattivo e personalizzato rientrano eDox Interactive Communication e Personalized Video.

La prima è una soluzione cloud basata su HTML5 che estende il tradizionale dominio delle comunicazioni transazionali al mondo Web, consentendo alle aziende di offrire ai propri utenti l'accesso a fatture, estratti conto, proposte di rinnovo e video di benvenuto direttamente sul browser preferito dall'utente, anche in mobilità. Questa soluzione punta a stimolare l'interesse,



offrendo diverse opzioni per l'accesso ai dati transazionali, in funzione dello stile preferito dell'utente: da un approccio analitico e dettagliato, a uno più sintetico e visuale.

Doxee Personalized Video consente di coinvolgere e fidelizzare i clienti attraverso comunicazioni multimediali personalizzate in base al profilo e alle caratteristiche specifiche di ciascun destinatario, che vengono generate on-demand e scaricate dal cloud sul dispositivo del destinatario. «La Digital Transformation non è solo vendere attraverso i canali digitali - ha affermato Sergio Muratori Casali, Presidente Doxee - ma è necessario avere un approccio focalizzato sul cliente, per raggiungerlo con contenuti rilevanti basati sulla sua persona, sulle sue scelte e contestualizzate allo specifico momento ed esigenza».

Tra i testimonial del valore della customer experience personalizzata fornita da Doxee vi sono A2A Energia, Engie e Fastweb.

## LA BOLLETTA INTERATTIVA DI A2A ENERGIA

A2A Energia sta utilizzando le soluzioni Doxee per realizzare un documento interattivo che, per ora, si va a collocare al di sopra del tradizionale documento pdf a validità fiscale. Questo documento, oltre agli elementi di interattività digitale offre anche una vista differente e più semplice su consumi e costi.

«Abbiamo scelto il documento bolletta come primo esperimento di documentazione interattiva - ha spiegato Mario Angiulli, Customer experience e digital



eDox Interactive Communication

**Paolo Cavicchioli e Sergio Muratori Casali,** rispettivamente CEO e Presidente di Doxee

manager di A2A - perché dei nostri oltre 2 milioni di contratti la bolletta è il principale strumento di comunicazione e quello che i clienti consultano di più. Circa il 10% dei nostri clienti si avvale del servizio di bolletta elettronica: una buona penetrazione per un settore come il nostro. Per ora si tratta di un documento in formato pdf che il 40% della nostri clienti legge in forma digitale e, di questi, il 35% lo legge sullo smartphone. Sui dispositivi mobili il formato pdf risulta poco leggibile e mal si adatta a porre in evidenza i messaggi di marketing presenti nel piede del documento o le comunicazioni di servizio in terza pagina. Per offrire di più ai clienti che leggono la bolletta in formato digitale, unitamente al pdf stiamo realizzando un prototipo di bolletta interattiva che sarà disponibile a febbraio 2016. Il documento prevede l'organizzazione delle informazioni in aree tematiche con la presenza di diversi "call to action" per fornire al cliente l'accesso a più informazioni in modo più facile». A2A Energia conta di trarre vantaggio da questo approccio in relazione ad aspetti quali: aggiornamento dei dati di contatto, registrazione al programma fedeltà A2A, sottoscrizione di offerte, riduzione dei tempi di pagamento con l'opzione del pagamento online, autolettura e maggiore comprensione che riducono il numero di chiamate per richieste di informazioni o contestazioni e "brand equity".

### LA "VIDEOBILL" DI ENGIE

Engie è un brand nuovo, che nel maggio del 2015 ha sostituito GDF Suez, operatore globale nei servizi per l'energia e l'ambiente presente in 70 Paesi in 5 continenti.

La scelta di Doxee nasce dalla volontà di creare valore attorno al nuovo brand, aumentare la soddisfazione dei clienti così da rafforzarne la fidelizzazione, ridurre le chiamate al call center e i costi di assistenza, nonché aumentare le conversioni di promozioni studiate ad hoc per ciascun utente.

Videobill mette a disposizione una video spiegazione personalizzata della bolletta gas e luce a supporto della "classica" bolletta cartacea.



*La bolletta elettronica di A2A Energia sarà organizzata in aree tematiche di semplice comprensione*

«Tramite i servizi Doxee - ha spiegato Roberto Milan, Responsabile Marketing B2C di Engie - proponiamo un servizio video per informare l'utente sui dati di fatturazione in modo personalizzato, con un'analisi semplice e precisa dei costi basata sulla sua specifica bolletta. Oltre a essere caratterizzata da contenuti dinamici, essenziali e personalizzati è facilmente accessibile anche da dispositivi mobili. Tutto ciò che si deve sapere della bolletta viene raccontato in una breve storia spiegando anche contenuti solitamente ostici come, per esempio, quelli legati al conguaglio».

### IL CONTO DIGITALE DI FASTWEB

La customer experience rappresenta una componente cruciale per un'azienda di servizi come Fastweb, che ha scelto di sposare l'approccio personalizzato proposto da Doxee per realizzare il progetto Conto Digitale. «Il contatto tra Fastweb e i suoi clienti rappresentato del ricevimento della fattura è un momento critico che abbiamo voluto trasformare in un'esperienza positiva - ha osservato Federica Roscio, Customer Experience Manager di Fastweb -. A luglio 2015 abbiamo rilasciato su un campione di clienti il Conto Digitale che, da novembre 2015, è stato esteso a tutta la nostra base di clienti che accede alla bolletta in formato elettronico. Si tratta di un conto "mobile friendly" che appena viene ricevuto permette la navigazione nel contenuto senza doversi loggare. La fattura diventa così un momento di "engagement" e di comunicazione digitale, interattiva e personalizzata. La risposta dei nostri clienti è stata molto positiva con oltre il 70% che si sono dichiarati estremamente soddisfatti». Per il futuro Fastweb conta di introdurre anche l'elemento video all'interno del suo Conto Digitale continuando a

utilizzare la piattaforma di Doxee. \*

*Il Conto Digitale di Fastweb*



# LA VIDEOPROIEZIONE PANASONIC PROTAGONISTA IN EXPO 2015

**Il produttore giapponese ha caratterizzato con i suoi sistemi professionali di visualizzazione moltissimi padiglioni della fiera milanese. Tra le soluzioni utilizzate anche i nuovi videoproiettori basati su tecnologia full laser**

di Riccardo Florio

*Videoproiezione multipla su schermo curvo nel padiglione del Cile realizzata con le soluzioni Panasonic PT-DZ870*

La conclusione di EXPO 2015 ne ha definitivamente sancito la natura di fiera caratterizzata in modo significativo dall'innovazione e dalle tecnologie di visualizzazione.

In moltissimi padiglioni Panasonic ha inserito le proprie tecnologie di proiettori e display professionali, fiore all'occhiello della divisione System Communication. Le soluzioni Panasonic sono state utilizzate, tra l'altro, per realizzare le visualizzazioni multimediali di alcuni dei padiglioni più visitati dell'evento come gli Emirati Arabi, il Giappone e il Cile.

«Sebbene il marchio Panasonic sia molto noto anche al grande pubblico, attualmente circa l'80% del fatturato deriva dal segmento B2B - precisa Salvatore Palillo, Country Manager per l'Italia di Panasonic System Communication Company Europe -. Panasonic nel suo approccio al mercato è ancora guidata dai 7 principi espressi nel 1929 dal fondatore dell'azienda Konosuke Matsushita, che ci portano a essere un'azienda impegnata per sviluppare tecnologie innovative che contribuiscano al progresso della società e al benessere delle persone in tutto il mondo».

Alla Ricerca e Sviluppo il colosso nipponico dedica ben il 6,6% del proprio fatturato ed è per questo che Panasonic è stabilmente tra le prime aziende al mondo per numero di brevetti.

## LA PROIEZIONE PRENDE VITA NEL PADIGLIONE DEGLI EMIRATI ARABI

Il Padiglione degli Emirati Arabi è stato uno di quelli più visitati con code per l'ingresso che sono arrivate a quattro ore. A rendere così straordinaria l'esperienza visuale al suo interno hanno contribuito i proiettori Panasonic PT-DZ21K e PT-DZ680.

Il proiettore DLP a 1 chip PT-DZ680E di Panasonic è un sistema da 6000 ANSI lumen di luminosità, risoluzione WUXGA e la tecnologia specializzata RGB Booster di Panasonic per un'eccellente riproduzione del colore. La presenza di due lampade e l'Eco Filter del PT-DZ680E ne estendono la stabilità operativa migliorando l'affidabilità per consentire proiezioni continue in modalità 24/7.

Il PT-DZ21K è la soluzione al top della gamma delle soluzioni a lampada di Panasonic.

Si tratta di un proiettore a tre chip DLP per grandi schermi con sistema a quattro lampade 20mila Ansi lumen con risoluzione WUXGA, caratterizzato da un rapporto di contrasto 10.000 e da un fattore di forma estremamente compatto. Grazie al processore Real Motion è possibile combinare la creazione di fotogrammi e l'elaborazione a 120 Hz per una riproduzione ottimale dei movimenti. La dotazione comprende la modalità verticale, la funzione Geometric



*Un suggestivo effetto realizzato con i videoproiettori Panasonic all'interno del padiglione degli Emirati Arabi*

Adjustment per la proiezione su superfici curve o sferiche, la proiezione multi-schermo e la capacità di proiezione 3D che è stata utilizzata all'interno del padiglione degli Emirati Arabi per fornire un straordinario effetto olografico che ha reso vivi e reali i personaggi proiettati.

*Il videoproiettore Panasonic PT-DZ21K da 20mila Ansi lumen*



### GIAPPONE: IL PIÙ VISITATO

Lo stand del Giappone è stato forse quello che, insieme al padiglione italiano e all'albero della vita, hanno caratterizzato nell'immaginario collettivo l'esperienza di EXPO 2015.

Le soluzioni di visualizzazione utilizzate comprendevamo i proiettori Panasonic PT-DZ13K e PT-DW640.

Il PT-DZ13K è un proiettore DLP a 3 chip con luminosità pari a 12.000 lumen, caratterizzato da un sistema a doppia lampada con modalità Lamp Relay che elimina anche qualsiasi interruzione in caso di guasto di una lampada e consente un funzionamento 24/7.

Fornisce una risoluzione WUXGA (1.920 x 1.200) e si avvale di una funzione del diaframma dinamico del proiettore utilizza un meccanismo di apertura con collegamento delle scene che abilita un contrasto con rapporto 10.000:1 senza ridurre l'elevata luminosità. In questo modo è possibile riprodurre tonalità di nero più profonde e ricche e fornire immagini con grana più dettagliata.

### Il futuro è full laser

Tra le ultime novità tecnologiche il produttore giapponese, accanto alle soluzioni di videoproiezione a lampada, sta proponendo anche videoproiettori basati sulla tecnologia full laser nella fascia di mercato compresa tra 6500 e 12000 Ansi lumen.

La vita media del sistema di videoproiezione full laser ha una durata molto superiore rispetto a quella di un sistema a lampada (dell'ordine di 20mila ore rispetto a 6mila) determinando una riduzione complessiva dei costi nel corso del ciclo di vita del videoproiettore e ridotti tempi di manutenzione.

Rispetto ai sistemi tradizionali basati sull'utilizzo di lampade, la tecnologia laser fornisce un miglior rapporto di contrasto (20000:1) grazie alla possibilità di modulazione flessibile del laser. Inoltre, consente accensioni istantanee e non richiede di attendere che la lampada si raffreddi prima di poter movimentare il videoproiettore: una caratteristica interessante per gli operatori che forniscono noleggio di attrezzature o per un utilizzo all'interno di fiere o manifestazioni. Inoltre, la minore produzione di calore riduce l'esigenza di raffreddamento con ventola, diminuendo di conseguenza non solo il consumo energetico ma anche il livello di rumorosità.

Il maggior rapporto di contrasto, un livello del bianco migliorato e la gestione ottimizzata dei colori determinano una luminosità percepita più elevata che colloca, per esempio, i sistemi full laser da 6500 Ansi lumen sullo stesso livello dei videoproiettori tradizionali da 10mila Ansi lumen.

### PROIETTORI FULL LASER E DISPLAY INTERATTIVI NELLO STAND DEL CILE

Per le videoproiezioni multiple su schermo curvo che hanno caratterizzato lo show all'interno dello stand del Cile sono stati utilizzati i videoproiettori PT-DZ870 e il videoproiettore "full laser" monochip da 6500 ansi lumen PT-RZ670.

A questi, nella sala finale, sono stati affiancati i display Panasonic TH-55LFV70 per realizzare le sorprendenti esperienze visuali e interattive multi-touch sulle tematiche inerenti l'alimentazione cilena.

Il display TH-55LFV70 da 55 pollici di diagonale dispone di un cornice sottilissima da sembrare praticamente invisibile. Tra le caratteristiche vi è l'integrazione di un "sistema di failover" con una dotazione di due porte DVI-D, HDMI, DisplayPort, Digital Link e USB che lo rende ideale per le applicazioni in ambienti critici come le sale di controllo e i centri di sorveglianza. Qualora i segnali audio e video principali dovessero interrompersi, il sistema passerebbe automaticamente a segnali alternativi.

Inoltre, grazie al pannello IPS (In-Plane Switching), il display offre un ampio angolo di visione e un'elevata qualità delle immagini. La visualizzazione viene migliorata ulteriormente grazie alla superficie antiriflesso e agli elevati livelli di luminosità pari a 700 cd/m<sup>2</sup>. Il nuovo software di calibrazione nell'LFV70 supporta sensori di terze parti che assicurano l'assenza di variazioni cromatiche fra display. \*

# CON CMT LA CONSERVAZIONE SOSTITUTIVA APPRODA AL CLOUD

**L'azienda toscana, che è tra i pochi provider accreditati presso l'AGID per la conservazione digitale, propone i propri servizi di Customer Communication Management in modalità PaaS**

di Riccardo Florio

**D**a oltre 20 anni il Gruppo CMT propone soluzioni di Customer Communication Management pensate per consentire alle aziende di gestire le comunicazioni in modalità end-to-end partendo dalla impostazione del documento, per poi passare alla digitalizzazione (il cosiddetto ciclo passivo) e infine a quella di invio multicanale, archiviazione e conservazione digitale (ciclo attivo).

«La personalizzazione è un componente essenziale della comunicazione odierna - sottolinea Luigi Caruso, presidente del Gruppo CMT - e la digitalizzazione ne rappresenta un elemento abilitante in cui CMT crede molto. Per questo continuiamo a investire in soluzioni tecnologiche che consentano alle aziende di costruire relazioni personalizzate con i loro clienti attraverso comunicazioni ad alte prestazioni».

All'interno di questo approccio CMT ha inserito le nuove opportunità offerte dai modelli cloud, ampliando la propria offerta con la gamma di soluzioni Easy, una suite di servizi digitali fruibili in modalità Platform as a Service (PaaS) come modulo integrato di più servizi oppure come soluzione singola.

Il progetto di migrazione in cloud dei propri servizi, realizzato utilizzando le soluzioni infrastrutturali di Clouditalia, ha valso a CMT anche il premio Innovazione Digitale 2015 promosso da Smau. Tra gli aspetti critici resta quello della conservazione sostitutiva che, per ottemperare alla richiesta normativa di rendere sempre disponibili i documenti agli enti verificatori, ha richiesto di predisporre una replica in locale di alcuni flussi gestiti in cloud.

«Le nuove direzioni normative stanno dando un

forte impulso alla digitalizzazione e alla conservazione sostitutiva - prosegue Caruso -. Il Gruppo CMT è uno dei pochi provider ad aver conseguito l'accreditamento presso l'Agenzia per l'Italia Digitale (AGID): un requisito necessario per poter svolgere attività di conservazione dei documenti informatici nei confronti della Pubblica Amministrazione. Si tratta di un risultato che certifica l'elevato livello in termini di qualità e di sicurezza dei nostri servizi e che ci impegna a essere costantemente sottoposti ad attività di vigilanza da parte dell'Agenzia per valutare il mantenimento nel tempo di tutti i criteri di conformità necessari».

Tra le soluzioni che caratterizzano l'offerta di CMT ricordiamo Smart Tax, soluzione per la gestione integrata dei tributi indirizzata alle Pubbliche Amministrazioni e agli Enti Locali (già in uso in diversi comuni del Lazio quali Latina, Anzio e Ladispoli), che include anche i servizi di predisposizione della mailing, di stampa, imbustamento e recapito.

Per le quattro aziende del settore Energia - Free Energia, Globo Energia, Enegan e Piper Energia - CMT ha sviluppato una soluzione di Customer Communication Management che consente una gestione completa delle fatture in digitale (dall'ERP, alla document composition, al delivery fino alla conservazione digitale sostitutiva) per fornire una bolletta trasparente, di facile interpretazione e a impatto zero.

CMT ha predisposto anche una soluzione per la completa dematerializzazione delle polizze assicurative che prevede tutte le fasi del processo: l'invio, la fase inbound (ricezione delle polizze), il trattamento dei documenti, la parte outbound (download e verifica dei documenti) e infine la conservazione sostitutiva.

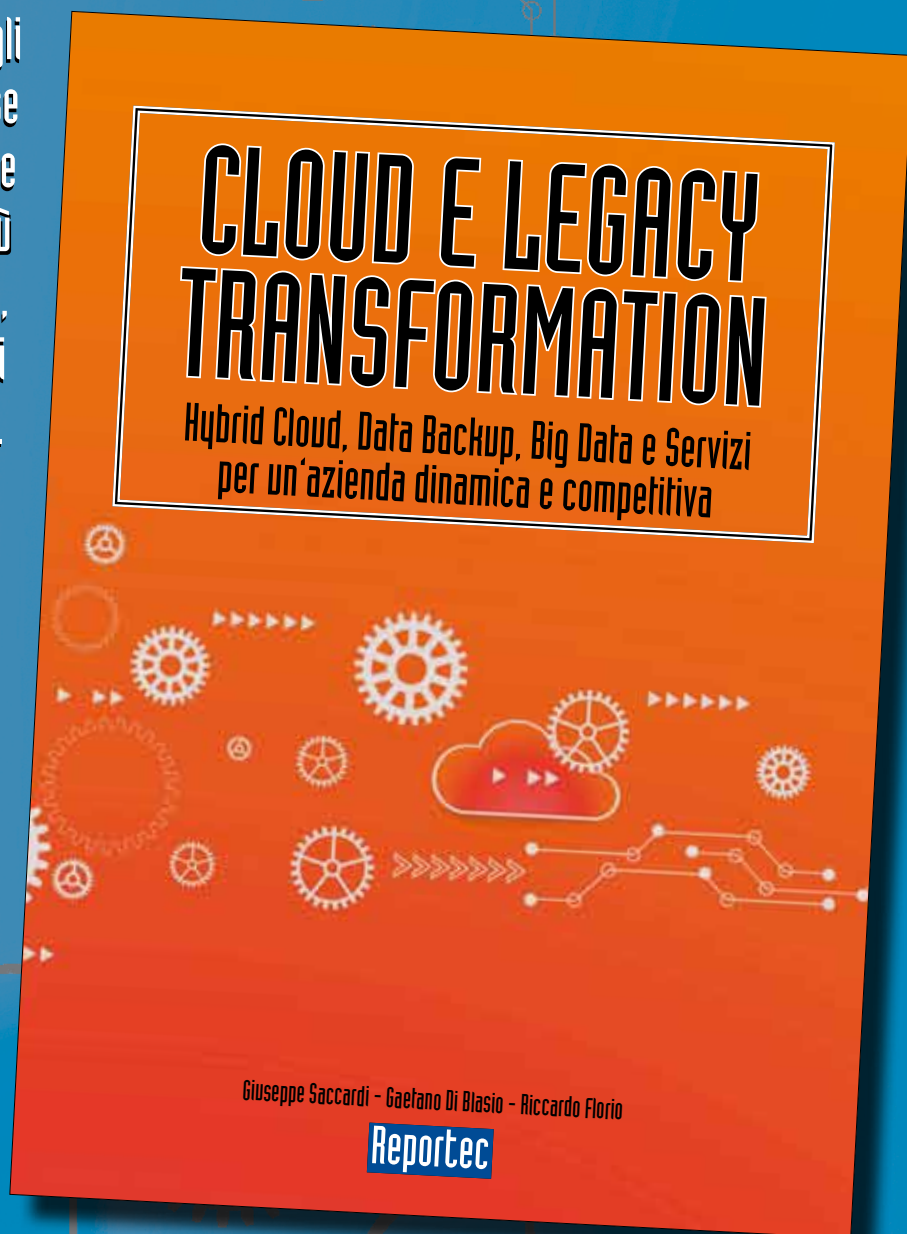
Infine, tramite il sistema iDocCloud per Note Spese, CMT mette a disposizione un metodo semplice per realizzare la rendicontazione delle spese in mobilità tramite una semplice App. \*



**Luigi Caruso,**  
presidente del Gruppo CMT

# È disponibile il libro su **CLOUD E LEGACY TRANSFORMATION**

In oltre 280 pagine analizza gli economics e le strategie alla base dell'adozione del Cloud come strumento per rendere l'IT più efficace, razionale e meno costoso, nonché gli aspetti connessi ai nuovi paradigmi dell'IT e del cloud. Tra questi l'Hybrid Cloud, i Big data e il Software Defined Data Center. Completa l'opera l'esame della strategia e della proposizione di primarie aziende dell'IT internazionale che hanno fatto del Cloud uno degli elementi portanti del proprio portfolio di soluzioni e servizi.



È disponibili anche il libro  
**SICUREZZA E PROTEZIONE DEI DATI**

Il libro è acquistabile al prezzo di 50 euro (più IVA) richiedendolo a  
[info@reportec.it](mailto:info@reportec.it) - tel 02 36580441 - fax 02 36580444

# IL CLOUD GUIDA UN BUSINESS PIÙ VELOCE E PIÙ CONNESSO

**La ricerca a livello globale realizzata da Harvard Business Review e promossa da Verizon Enterprise Solutions evidenzia come il cloud cresca rapidamente e generi profitto per gli early adopter**

a cura della Redazione

Il cloud è ormai accettato come un elemento importante per la trasformazione IT e aziendale e ottiene sempre più consensi.

Il rafforzamento del valore del cloud nella percezione degli utenti è confermato nel Report pubblicato recentemente da Harvard Business Review (HBR) Analytic Services, che contiene i risultati di un'indagine condotta su 452 imprese ed Executive IT di tutto il mondo e promossa da Verizon Enterprise Solutions, azienda che propone piattaforme di secure mobility, cloud, networking strategico, Internet of Things e advanced communication progettate per le aziende. Tra i principali risultati emersi dalla ricerca "Cloud: Driving a Faster, More Connected Business":

- l'84% afferma che l'utilizzo di soluzioni cloud è aumentato nello scorso anno, per il 39% in modo significativo;
- il 40% degli intervistati sostiene che il cloud ha generato un aumento delle entrate;
- il 36% ha detto di aver aumentato i margini di profitto;
- il 72% di coloro che hanno risposto quest'anno afferma che la collaborazione è stato il vantaggio principale.

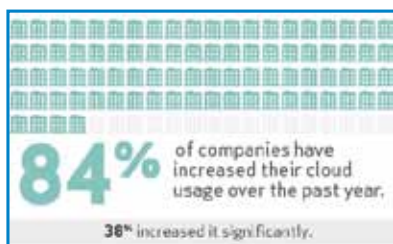
Questi dati si traducono in molteplici vantaggi per le aziende. Innanzitutto un vantaggio competitivo che ha premiato l'adozione pionieristica delle soluzioni cloud poiché ha consentito di sfruttare i vantaggi della prima mossa in termini di time to market e nuovi modelli di business. Un'opportunità che oggi, che

il passaggio al cloud è sempre più diffuso, viene ad avere un'incidenza inferiore poiché cloud ha creato un fenomeno di livellamento delle condizioni.

L'aspetto finanziario ricopre sempre più un ruolo centrale per le aziende come criterio per valutare il passaggio al cloud. Un maggior numero di aziende sta segnalando un incremento dei ricavi top-line e l'aumento dei margini direttamente attribuibili all'implementazione di soluzioni cloud. Il beneficio finanziario si prospetta dunque come l'aspetto più trasformativo del cloud e si prevede che questo possa aumentare in modo significativo nel corso dei prossimi anni.

Ma l'aspetto su cui l'impatto del cloud appare più decisivo è quello della sua capacità di offrire all'azienda una leva per ridefinire in modo rapido ed efficace la propria value proposition. Nella ricerca di HBR la collaborazione è stata identificata come il principale vantaggio del cloud computing da parte degli intervistati. La possibilità di condividere in modo efficiente e sicuro le informazioni con dipendenti, clienti e partner è fondamentale per un processo decisionale efficace in un mercato globale altamente competitivo come quello attuale. I vantaggi principali di soluzioni cloud-based saranno sempre l'agilità, la capacità di trasformare spese in conto capitale in spese operative e la possibilità per le aziende di concentrarsi sulle competenze legate al core business. In realtà, questi sono soltanto i benefici di partenza per qualsiasi organizzazione che adotta il cloud.

«Con il passare del tempo, il successo non si misurerà con il semplice passaggio al cloud - commenta Alfonso Corrales, Managing Client Partner Italy di Verizon -. Il successo sarà misurato combinando elementi finanziari favorevoli e l'impatto sugli utenti con una migliore collaborazione e la condivisione delle informazioni attraverso un intero ecosistema aziendale. I reparti IT che abbracciano il cloud attraverso la creazione e l'implementazione di una strategia globale, che include parametri rigorosi e misurabili e una forte attenzione alla gestione orientata ai risultati di business, saranno quelli che verranno definiti pionieri negli anni a venire».



# 3CX E CLOUDITALIA: INSIEME PER OTTIMIZZARE IL VOIP

La collaborazione tra 3CX, produttore del centralino IP software-based 3CX Phone System per Windows e Clouditalia punta a fare reciprocamente leva su soluzioni VoIP innovative per servire al meglio sia il canale sia gli utenti finali.

3CX ha recentemente rilasciato la nuova release "cloud ready" (la versione 14) della soluzione 3CX Phone System per Windows. La nuova versione consente anche l'integrazione del centralino virtualizzato in hosting (che può essere offerto dai partner di 3CX in un proprio pacchetto di servizi). 3CX Phone System versione 14, installata su una macchina Windows come server PBX virtuale, supporta fino a 25 diverse istanze del centralino 3CX. A differenza dei classici sistemi multi-account, i servizi e lo spazio di archiviazione destinati ai dati di ogni singolo centralino vengono mantenuti assolutamente separati gli uni dagli altri.

A livello gestionale la versione 14 offre in più nuove funzionalità come la pianificazione dei processi di backup e ripristino, una revisione della soluzione per le videoconferenze integrata (3CX WebMeeting), un maggior numero di avvisi emessi dal sistema per il controllo e un'interfaccia razionalizzata e la tecnologia Push integrata nei client che attribuisce la priorità alle chiamate in ingresso sul centralino 3CX assicurando l'immediata e totale reperibilità dei collaboratori in ogni luogo.

«Il 3CX Phone System nasce con lo scopo di aumentare la produttività e la mobilità nelle aziende - ha dichiarato Nick Galea, CEO di 3CX -, assicurando loro nel contem-

po una considerevole riduzione dei costi delle telecomunicazioni. Per raggiungere tale obiettivo abbiamo bisogno di partner forti nell'erogazione di servizi di SIP Trunking, come Clouditalia».

Clouditalia, storico operatore VoIP italiano con sede ad Arezzo, attraverso questa partnership arricchirà la sua proposta commerciale con soluzioni di fonia evoluta destinate alle PMI, erogate tramite data center di ultima generazione e un'infrastruttura di rete proprietaria. 3CX, a sua volta, metterà a disposizione di Clouditalia le proprie soluzioni VoIP e un supporto clienti di alto livello.

«Clouditalia investe da sempre nel VoIP, una tecnologia che ha apportato grande innovazione al mercato della telefonia - ha precisato Francesco Baroncelli, Direttore Market and Operations di Clouditalia -. Il nostro valore aggiunto scaturisce dall'integrazione dei nostri servizi nelle piattaforme aziendali dei nostri clienti, con l'obiettivo di fornire uno strumento di collaborazione e produttività. Il nostro intento è infatti quello di contribuire alla competitività dei nostri clienti attraverso soluzioni innovative. La nostra partnership con 3CX fa ovviamente parte di questo processo: l'esperienza di 3CX arricchirà alcune delle soluzioni che commercializziamo da tempo». \*

**La collaborazione riunisce l'importante operatore cloud italiano con l'azienda produttrice del centralino IP software-based di nuova generazione**

*a cura della Redazione*



**Francesco Baroncelli**, Direttore Market and Operations di Clouditalia



**Nick Galea**, CEO di 3CX

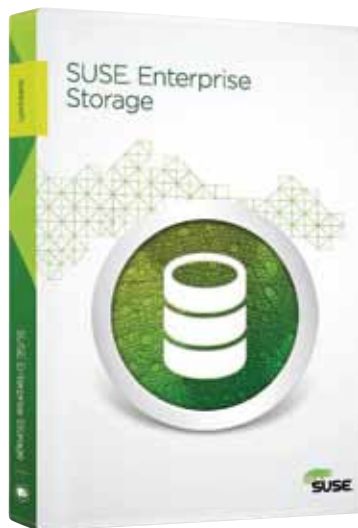
# SUSE RENDE PIÙ FLESSIBILE E SICURO LO STORAGE SOFTWARE-DEFINED

**Cifratura integrata dei dati statici e supporto esteso anche al protocollo iSCSI sono tra le caratteristiche di Suse Enterprise Storage 2, una soluzione software defined storage basata sulla tecnologia open source Ceph**

di Riccardo Florio

Suse ha reso disponibile la release 2 di Enterprise Storage, soluzione di storage distribuito di tipo software defined basata sul progetto open source Ceph. Questa soluzione permette alle aziende di disporre di un'archiviazione a basso costo sfruttando server e unità disco multivendor in diversi ambienti tra cui Linux, Unix e Windows.

Suse, attraverso Enterprise Storage, mette a disposizione delle aziende la piattaforma Ceph in una forma testata, di facile installazione e configurazione, garantendo i servizi professionali



di gestione e assistenza, fornendo una strada per l'archiviazione di livello enterprise a costi più contenuti rispetto a un sistema proprietario.

La release 2 di Enterprise Storage introduce il supporto per il protocollo iSCSI in configurazioni multipath e prevede l'integrazione con la cifratura dei dati statici. «Suse sta investendo molto sul versante del software defined storage e i risultati si possono osservare nella versione 2 di Enterprise Storage - osserva Gianni Sambiasi, Territory

## La tecnologia Ceph

Ceph è una soluzione di storage distribuito OpenStack che si sta affermando come quella di maggiore diffusione del suo genere. Il fulcro di Ceph è la tecnologia RADOS (Reliable Autonomic Distributed Object Store), che mette a disposizione delle applicazioni storage a oggetti, a blocchi e file system: una caratteristica che rende Ceph molto flessibile oltre che facile da gestire. In altre parole, ogni applicazione aziendale può utilizzare simultaneamente le interfacce a oggetti, a blocchi o file system con lo stesso cluster RADOS. La tecnologia RADOS garantisce anche un'elevata scalabilità permettendo a migliaia di host client o KVM di accedere ai dati in termini di Petabyte o Exabyte. Le funzionalità storage avanzate includono thin provisioning, "erasure coding", stratificazione cache, riparazione e gestione automatica.

manager per l'Italia di Suse -. Il modello software-defined rappresenta un nuovo paradigma per lo storage, separando l'hardware fisico (piano dati) dalla logica di gestione dello storage (piano di controllo). Un tema che alcuni vendor affrontano proponendo appliance hardware dedicate anche se la maggiore parte dei dati archiviati, in realtà, è statica e non richiede risorse a elevati livelli prestazionale. Suse Enterprise Storage consente di sfruttare al meglio hardware a basso costo e ridurre i costi IT. Abbiamo sposato la tecnologia Ceph perché è quella più robusta e sicura rispetto ad altri progetti open source simili».

Suse Enterprise Storage è disponibile in combinazione con Suse OpenStack Cloud o come soluzione di storage indipendente.

Storage Suse sta altresì lavorando con alcuni partner per portare nel 2016 Suse Enterprise Storage su dispositivi a tecnologia Arm a 64-bit offrendo alle aziende enterprise più opzioni di scelta sulla piattaforma hardware. \*

# LO STORAGE FLASH DI SOLIDFIRE PER IL CLOUD A MISURA DI PMI DI 1&1

La crescente adozione del cloud nelle aziende sta spingendo i provider a espandere e rendere più flessibili i servizi offerti per soddisfare le richieste dei loro clienti.

In quest'ottica 1&1, Internet Service Provider che offre servizi a livello internazionale in Paesi quali Italia, UK, Germania, Francia, Canada e Stati Uniti, ha deciso di puntare a soddisfare le esigenze del mercato migliorando la semplificazione nell'uso della tecnologia e rendendo il cloud non solo affidabile, ma anche più accessibile alle piccole imprese, ai rivenditori e alle organizzazioni.

Questo obiettivo ha portato la società a rinnovare il proprio portafoglio d'offerta di servizi cloud e introdurre il nuovo 1&1 Cloud Server, che consente alle piccole e medie imprese di beneficiare della combinazione tra un utilizzo facile e flessibile ed elevate prestazioni solitamente appannaggio delle aziende di livello enterprise.

Quello che il provider offre ai propri clienti è la possibilità di implementare facilmente soluzioni cloud ad alte prestazioni, scalabili in base alle esigenze di business, senza disporre di particolari competenze o dover effettuare ulteriori investimenti. Questo consente ad aziende, sviluppatori e system integrator di spostare facilmente i loro progetti Web e le applicazioni aziendali in un ambiente cloud flessibile e ad alte prestazioni.

La necessità di offrire una maggiore scalabilità e flessibilità ai clienti, con un'offerta che consentisse di selezionare il livello di prestazione desiderato a un costo differenziato, ha portato 1&1 a scontrarsi con i limiti di un'architettura storage tradizionale su cui si appoggiava originariamente la propria soluzione cloud.

In particolare, gli array di storage tradizionali creavano un'eccessiva complessità, sia per i clienti sia per il team operativo che gestiva l'infrastruttura interna di 1&1. La conseguenza era un livello di complessità che andava contro l'obiettivo generale di fornire servizi cloud semplici da usare. In più 1&1 voleva anche offrire ai clienti una maggiore possibilità di scelta e di flessibilità.

La società si è resa conto che lo storage all-flash a stato solido era la scelta migliore per sostituire l'infrastruttura storage esistente.

Dopo aver valutato le soluzioni di diversi vendor, 1&1 ha scelto la piattaforma storage di nuova generazione SolidFire, poiché gli consentiva di controllare in modo semplice i livelli di prestazioni per ogni carico di lavoro. A ciò si affiancava il valore aggiunto delle tecnologie integrate di deduplicazione in-line e di compressione.

«La nostra partnership con SolidFire ci ha portato molti benefici - ha dichiarato Javier Salcedo Gadea, Head of Product Management Cloud di 1&1 -. Ora possiamo dire con fiducia ai nostri clienti che stiamo utilizzando storage allo stato dell'arte e che loro possono trarre i benefici che ne derivano senza nessuna complessità aggiuntiva».

Il provider ha inizialmente avviato una fase beta di due mesi per testare la soluzione storage di SolidFire e in questo periodo ha potuto constatare i vantaggi degli array all-flash del vendor. In particolare la piattaforma di storage SolidFire ha permesso di semplificare le esperienze cloud degli utenti finali e, contemporaneamente, di ridurre la complessità interna, grazie all'architettura scale-out del vendor e alle funzioni di automazione integrate. \*



**Javier Salcedo Gadea,**  
Head of Product  
Management Cloud di 1&1

**L'internet  
Service Provider  
sceglie lo  
storage  
all-flash per  
un'offerta  
server cloud più  
flessibile  
e scalabile**

*a cura della Redazione*

# MM



di Riccardo Florio

## **Media mangia Media**

*Ci siamo già passati. Come in una di quelle immagini dove si vedono pesci sempre più grandi in procinto di mangiare ognuno quello più piccolo che nuota ignaro di fronte, così il passato della comunicazione ci parla di previsioni più o meno azzeccate di fagocitazione dei media.*

*Un po' come nel ritornello di Alla fiera dell'Est, si è detto che la radio avrebbe ucciso i giornali, che il cinema avrebbe ucciso la radio, che la televisione avrebbe ucciso il cinema fino ad arrivare a oggi dove, in molti, sostengono che Internet sarà l'ultimo pesce, quello dalla bocca più grande, che si mangerà tutto.*

*In realtà il tema si estende ben oltre i media tradizionali.*

*L'era dell'Internet of Things che appare dietro l'angolo ci fa intravedere un mondo che, di fatto, ha già consacrato Internet come unico media di comunicazione, in cui ogni dispositivo elettronico sarà connesso all'unico backbone rappresentato dal Web e ogni oggetto sarà munito di un dispositivo elettronico connesso. La battaglia sta già pesantemente coinvolgendo i media tradizionali sull'onda della diffusione di dispositivi mobili sempre più sofisticati e nuove offerte di contenuti di altissima qualità nati e pensati per il Web. Il "buon vecchio" televisore cerca di controbattere l'offensiva dello streaming diventando lui stesso strumento "smart" di streaming. Un esempio di strategia di imitazione probabilmente perdente a lungo termine, che lo vedrà relegato sempre più al mero ruolo di display pervasivo.*

*Sarà un approccio nostalgico, ma voglio pensare che l'istinto di conservazione valga anche per i media tradizionali e che questi riusciranno a trovare al loro interno le risorse per reinventarsi davvero, sfruttando al meglio, ciascuno, le proprie peculiarità.*

# Pop Culture

# IDC BANKING FORUM 2016

## La banca dall'e-business al d-business



16 febbraio, Milano – Palazzo Clerici



## Scenario

### **La banca dall'e-business al d-business**

Tutte le banche mirano a diventare protagoniste nel mondo digitale perché è proprio lì che stanno andando i loro clienti. Ma avere successo nel digital banking non significa fornire un servizio online, comporta una profonda trasformazione della tecnologia, dei processi e della cultura interna per offrire una customer experience univoca e superiore in ottica omni-channel, mantenendo inalterati i valori di fiducia e sicurezza alla base del rapporto con i clienti. Per una banca che nasce digitale e che può fornire servizi end-to-end su piattaforme digitali, agilità e semplicità sono caratteristiche intrinseche. Per una banca consolidata, affrontare la digital transformation implica invece orchestrare tecnologie e processi diversi, integrare canali fisici e virtuali, adattare i modelli operativi a nuove opportunità di business non dimenticando i fronti di redditività tradizionali. In una parola, operare a due velocità.

## Key Words

*Digital transformation, Mobile banking, Real-time banking, Customer-centricity, Mobile and P2P payments, Bitcoin, Crowdfunding, Modernization and core transformation, Big data analytics, Social.*

### PER INFORMAZIONI

Nicoletta Puglisi, Senior Conference Manager, IDC Italia  
npuglisi@idc.com · 02 28457317

[http://www.idcitalia.com/ita\\_banking16](http://www.idcitalia.com/ita_banking16)

 #IDCBanking16



shaping tomorrow with you

FUJITSU

# The Innovation Engine

Trasforma l'IT  
con il Business-Centric  
Computing

L'infrastruttura IT delle aziende deve essere adeguata alle priorità del business, garantire risultati sostenibili e consentire una continua innovazione.

Grazie alle soluzioni Business-Centric Computing è possibile allineare la capacità di calcolo alle esigenze aziendali e rendere l'elaborazione e l'analisi dei dati più veloce e più efficiente che mai.

Inoltre, Windows Server 2012 R2 garantisce maggiore flessibilità e agilità per la virtualizzazione, gestione, archiviazione, connettività di rete, infrastruttura desktop virtuale, accesso e protezione dei dati, piattaforma Web e applicazioni.

INFO » <http://business-datacenter.it.fujitsu.com/>

NUMERO VERDE » 800 466 820

E-MAGAZINE » <http://tech4green.it>



Windows Server