

RIVEDERE IL NETWORKING

Un'analisi
e un'inchiesta
sulla tecnologia
e lo stato dell'arte
delle reti aziendali
italiane

PANORAMI

I trend nella security

DIGITALIA

Il caso Quomi

FOCUS

Brother

DOVE TROVI L'INNOVAZIONE PER LA TUA AZIENDA



A partire dalle specifiche esigenze di innovazione, Smau accompagna le imprese nel **percorso verso la scelta dei giusti partner per il loro business**. Per ciascuna tappa del suo Roadshow Smau propone un programma di momenti formativi gratuiti, presentazioni e incontri dove i protagonisti dell'innovazione del nostro Paese possono stringere la mano ai decisori aziendali delle principali aziende italiane.

IL ROADSHOW 2017

PADOVA, 30-31 MARZO

BOLOGNA, 8-9 GIUGNO

BERLINO, 14-15-16 GIUGNO *internazionale*

MILANO, 24-25-26 OTTOBRE *internazionale*

NAPOLI, 14-15 DICEMBRE

SMAU IN PILLOLE (dati 2016)



PARTNERS

Anno VI - numero 35

gennaio-febbraio 2016

Direttore responsabile: Gaetano Di Blasio

In redazione: Riccardo Florio, Giuseppe Saccardi, Paola Saccardi

Grafica: Aimone Bolliger

Hanno collaborato: Daniele Colombo

Redazione, amministrazione, pubblicità:
REPORTEC srl

via Marco Aurelio, 8 -20127 Milano

Tel 0236580441 - Fax 0236580444

www.partnersflip.it

partners@reportec.it

pubblicità: edmondo.espa@reportec.it

Diffusione: 12.000 copie

Iscrizione al tribunale di Milano n° 515 del 13 ottobre 2011.

Stampa: A.G.Printing Srl, via Milano 3/5

20068 Peschiera Borromeo (MI)

Immagini: Dreamstime.com

Proprietà: Reportec Srl, via Gian Galeazzo 2, 20136 Milano

Tutti i diritti sono riservati

Tutti i marchi sono registrati e di proprietà delle relative società



TRA VIRGOLETTE

L'innovazione oltre le reti	7
Nella Sicurezza e nell'IoT gli spazi di crescita nel 2017	8
La tecnologia indossabile che ci dice cosa fare	9

PANORAMI

Cyber security e identità digitali	10
La tecnologia dà un falso senso di sicurezza e moltiplica i rischi	12

DIGITALIA

La cena 2.0 arriva a casa con il kit fai-da-te di Quomi	14
---	----

SICUREZZA COSTANTE, INTELLIGENTE

E PUOI AVERLA SUBITO.

Le tue aree di vulnerabilità aumentano. I contenuti si moltiplicano.

I cybercriminali sono sempre più scaltri.

Fortinet offre una singola infrastruttura di sicurezza intelligente che protegge la tua rete dalle minacce attuali e future.

Visita www.fortinet.it per maggiori informazioni.

FORTINET®

Sicurezza senza compromessi



PRIMO PIANO

DIGITAL TRANSFORMATION E BUSINESS RICHIEDONO RETI NUOVE	17
Lo stato delle reti aziendali italiane	23
Servizi di rete evoluti e sicuri con la soluzione di Actelis	24
Una qualità di vita migliore con la digital cohesion	26

IN DETTAGLIO

HPE Innovation Lab: fare sistema coi partner sul territorio	31
HPE annuncia un reseller agreement con Mesosphere	33
Oracle premia i partner e li spinge sempre più verso il cloud	34
Dell Emc annuncia il nuovo programma per i partner	36
Si amplia il programma Cloud di Dell Emc	37
Un partner summit Veeam centrato sul Cloud	39
Vertiv, il cuore di una startup e le braccia di un veterano	40
Wildix cresce in Italia e nel mondo insieme ai partner	42

FOCUS

Con Brother per portare innovazione a piccole e medie imprese	44
Gli scanner di rete ADS Brother con funzionalità avanzate	45

HL-S7000DN

brother
at your side

Il futuro della tecnologia



Nuova **HL-S7000DN**, la stampante monocromatica a tecnologia ibrida che grazie ai suoi 100 ppm di velocità di stampa, ai costi copia contenuti e alle basse emissioni fa decollare il lavoro in ufficio.

brother.it

L'INNOVAZIONE OLTRE LE RETI

Come al solito, la rubrica Panorami fornirà scenari di mercato e d'innovazione ed essendo a inizio anno non possono mancare le principali tendenze tecnologiche.

Il networking, da sempre elemento centrale dell'architettura ICT aziendale e oggi spina dorsale della Digital Transformation, è il protagonista del Primo Piano di questo numero. Viene evidenziato il momento di cambiamento che si è avviato con la virtualizzazione, prima, il cloud computing fino all'attuale avvento delle infrastrutture iperconvergenti. Una nostra rapida inchiesta, che ha coinvolto oltre 70 aziende, traccia lo stato dell'arte delle reti italiane, fornendo più conferme che sorprese e ponendo qualche interrogativo sulla capacità innovative delle nostre imprese o confermando lo spirito italico, che si "sveglia" sempre all'ultimo minuto, della serie: "Digital Transformation? Internet of Things?"

di *Gaetano Di Blasio*



Quando servirà saremo pronti.

A dire il vero, la Digital Transformation è già una realtà nel nostro Paese, anche se non si possono annoverare tanti casi di successo eclatanti da numeri miliardari. Dalla semplice app ad attività più articolate e innovative, abbiamo deciso di dedicare una rubrica agli esempi che più ci colpiranno (dall'originalissimo titolo di "Digital Transformation"). Protagonista è il della prima storia: un'azienda in crescita (dopo quasi 3 anni si può ancora considerare startup?), che ha saputo trovare uno spazio tra il food delivery e l'e-commerce di eccellenze alimentari, con la capacità di creare "experience".

A unire il tema delle reti a quello della trasformazione digitale è una ricerca di Juniper Networks, che esamina le aspettative di consumatori e aziende sui benefici della Digital Cohesion, che consiste in servizi di rete concepiti in maniera innovativa, in modo che siano adattativi.

Sono gli operatori di telecomunicazione a dover cavalcare questi nuovi servizi per recuperare le marginalità ridotte dalla "commoditizzazione" della connettività. I vantaggi per le imprese sarebbero: un incremento nell'innovazione dei servizi per il business; una gestione più flessibile della forza lavoro; maggiori capacità di automazione e controllo; maggiore produttività. Gli individui, invece, si aspettano: un ambiente "circostante" più smart nei prossimi 5 anni, grazie a una crescente integrazione e automazione delle app; risparmio di tempo; informazioni più utili; riduzione del costo della vita. Dopo gli approfondimenti d'attualità "in Dettaglio", chiudiamo il numero con un Focus dedicato alle soluzioni innovative per le Pmi e al supporto per la formazione dei partner con l'inaugurazione della Brother Business Academy italiana, dove sarà possibile creare innovazione.



NELLA SICUREZZA E NELL'IOT GLI SPAZI DI CRESCITA NEL 2017

Cercare di capire come sarà il 2017 può apparire un compito da sfera di cristallo.

Tuttavia, un aiuto ci viene da una ricerca condotta sui decision-maker aziendali realizzata da Dell che permette, assieme ad altre, di identificare alcuni dei temi che probabilmente saranno all'attenzione dei manager e dei CIO delle aziende, e quindi di interesse per il canale e gli operatori alla ricerca di spazi di business che offrano adeguati margini.

Non sorprende, visti i fatti recenti, che la sicurezza sia tra gli aspetti più all'attenzione dei manager e su cui verrà investito. Ma non si tratta solo di sicurezza. Vediamo alcuni dei punti di maggior interesse.

È fortemente sentita l'esigenza, come accennato, della sicurezza e questo perché si è preso coscienza che nell'era del mondo connesso ogni oggetto che è collegato a un indirizzo IP, dal pc al più semplice dispositivo IoT, può essere violato. Il problema è poi aggravato dal fatto che le violazioni non riguarderanno più solo la rete IT, ma anche tutte le altre aree di business. Si parlerà quindi sempre più di

sicurezza non solo delle reti, ma di tutta l'infrastruttura. È un'area che per gli operatori di canale, per la complessità nell'affrontare il tema a livello aziendale in presenza di scarse risorse da investire e personale esperto, offre molte opportunità di business. Un altro punto caldo è relativo alle figure professionali in azienda e alle necessità di un supporto esterno che le caratterizzerà: gli sviluppi dell'IoT stanno portando alla nascita dei Chief IoT Officer. Le aziende si troveranno infatti sempre più a fronteggiare l'esigenza di colmare il divario tra le operation e l'IT. Nel tentativo di migliorare ROI ed efficienza, il Chief IoT Officer lavorerà con tutti, da chi si occupa di facility ai manager, dai CIO ai CEO. Queste figure professionali saranno gli abilitatori di un cambiamento e avranno la responsabilità di traghettare le proprie aziende nella quarta rivoluzione industriale, un mondo per cui entro il 2031 si prevede che annovererà 200 miliardi di dispositivi connessi. Anche

in questo caso il supporto del canale nell'orientare scelte e strategia potrebbe risultare in molti casi indispensabile. Un terzo tema che attrarrà l'interesse delle aziende è la prevenzione, in aderenza al detto che prevenire è meglio che curare. Grazie al machine learning, può essere possibile sapere quando un elemento di un sistema, un pezzo di una infrastruttura, se dotato di tecnologia adeguata, sta degradando e potrebbe presto rompersi, o entro quando dover essere sostituito. In un ambiente industriale fortemente concorrenziale in cui i margini reattivi sono sempre più stretti e il time to market feroce, il machine learning può permettere di intervenire minimizzando l'impatto e liberando risorse da dedicare allo sviluppo di processi IT più strategici. IDC, per esempio, prevede che entro il 2020, quasi il 20% dei processi operativi saprà ripararsi e imparare in autonomia. È questo un ulteriore punto che richiederà in molti casi il supporto dei professionisti del canale. ❖

di Giuseppe Saccardi



LA TECNOLOGIA INDOSSABILE CHE CI DICE COSA FARE

Ci indicano cosa mangiare, quanto correre, ci ricordano gli appuntamenti e, qualche volta, ci dicono anche che ora

è! Sono i wearable device, nuova classe emergente di dispositivi tecnologici. Una recente survey di IDC prevede per loro un'impennata di vendite nel periodo 2017-2022, che andrà a erodere quote di mercato importanti a smartphone e tablet.

La stessa survey evidenzia che il 24% delle aziende italiane interpellate dichiara di stare già utilizzando la tecnologia smartwatch.

Quindi è lecito aspettarsi che, una serie di funzionalità si trasferiranno verso questi dispositivi, che trovano utilizzo in applicazioni aziendali che spaziano dagli aspetti di sicurezza e autenticazione, agli interventi sul campo per esempio nei molti casi in cui la natura dell'intervento rende difficile tenere in mano un tablet o un altro device.

Ma l'affermazione dei wearable è guidata dal consumer, dove le "killer application" saranno le funzionalità legate al fitness e alla salute. Il componente tecnologico distintivo per questo tipo di applicazioni, come in passato

fu il GPS per le applicazioni legate alla geolocalizzazione, sarà quello di sensori in grado di misurare direttamente alcuni parametri vitali (dal battito cardiaco, alla pressione) che consentiranno di realizzare app in grado di effettuare elaborazioni e previsioni su molteplici aspetti della vita quotidiana: dalla misura dello stato di benessere (qualunque cosa voglia dire), al consumo energetico e calorico, alla valutazione tono muscolare fino al livello di stress.

Nel contempo, l'esigenza di ridurre ulteriormente le dimensioni dei dispositivi wearable contribuisce ad alimentare nuovi filoni di ricerca tecnologica. Tra questi vi è quello di interfacce di nuovo tipo, con il miglioramento delle tecnologie di riconoscimento vocale che, per i dispositivi wearable, sono il punto di arrivo ideale. Inoltre, è alle porte lo sviluppo di display a base di grafene (un nanomateriale formato da uno strato monoatomico di carbonio) le cui proprietà consentiranno a breve di produrre display sot-

tilissimi e capaci di curvarsi, per essere srotolati all'occorrenza ed essere successivamente riposti in alloggiamenti molto più piccoli della superficie utile. Altri filoni di ricerca puntano su microproiettori: è già in commercio un dispositivo wearable capace di proiettare una schermata a icone simile, a quella di uno smartphone, trasformando una superficie. In parallelo, si stanno studiando impianti sottocutanei. Un concetto di wearable a un altro livello, che richiederà un intervento chirurgico per la rimozione o sostituzione. Certamente molti potranno essere i vantaggi (per esempio autenticarsi in modo sicuro, in completa automazione e trasparenza per l'utente). L'inevitabile connessione in rete di tali dispositivi creerà però le condizioni per possibile dall'esterno con qualche cosa che è solidale al nostro corpo e che potrebbe anche controllare alcune funzioni legate alla nostra salute. Una prospettiva che apre la strada a un nuovo e decisamente più inquietante concetto di virus informatico. ❖

di *Riccardo Florio*



Cyber security e identità digitali

CA Technologies ha esaminato i punti chiave nell'evoluzione della sicurezza IT per l'anno in corso. Governance, identità e IoT i temi salienti

di **Giuseppe Saccardi**

Che cosa ci possiamo aspettare in tema di cybersecurity nel corso del 2017 oramai inoltrato? Secondo CA Technologies c'è da attendersi che l'importanza della gestione delle identità e degli accessi continuerà a crescere, nell'ambito di un processo di maturazione che ha visto i principali player del settore e aziende di tutto il mondo dedicare sempre maggiore attenzione a questo tema.

La tendenza è confermata anche nel nostro Paese da un recente studio condotto dalla società di analisi Coleman Parkes dal quale emerge che l'88% del campione italiano intervistato ritiene che l'adozione di un modello di sicurezza basato sull'identità sia cruciale per la crescita del business, poiché consente di instaurare fiducia nella relazione tra aziende e clienti.

Considerata la crescente centralità dell'identità digitale nelle strategie perseguite dai responsabili della sicurezza IT, CA Technologies ha identificato cinque aspetti fondamentali per analizzare le possibili evoluzioni nel corso del 2017. Vediamo di cosa si tratta cominciando dalla governance.

Normative e governance degli accessi

La maggiore frequenza e diffusione dei casi di violazione della sicurezza, evidenzia CA, obbligano governi, aziende e organizzazioni di ogni settore a una collaborazione più stretta per l'attuazione di controlli efficaci e l'adozione di best practice per la sicurezza.

Le aziende si stanno preparando ad affrontare l'oneroso impatto dei processi di adeguamento alle recenti normative in materia di sicurezza, tutela della privacy (es. GDPR) e salvaguardia degli ambienti informatici (es. ISO 27000, PCI DSS...).

Sarà sempre più forte nel 2017 la necessità di un governo efficace degli accessi a sistemi e dati (inclusi quelli degli utenti privilegiati i cui account, stando agli analisti, sono stati implicati nell'80% delle violazioni più clamorose) quale migliore mezzo per garantire e attestare il pieno rispetto delle norme in vigore.



La gestione di identità e IoT

Un secondo tema saliente è quello della gestione delle identità, che si inquadra a sua volta nell'evoluzione dell'IoT, anche alla luce degli attacchi di recente perpetrati in questo paradigma della trasformazione digitale e industriale.

L'attività di gestione delle identità e degli accessi rivolta agli utenti consumer è presumibile che avrà un ruolo sempre più centrale nelle strategie delle aziende impegnate a migliorare l'interazione con la clientela in quanto potrà aiutarle a comprendere meglio i loro interlocutori.

Le aziende dovranno tener conto degli schemi comportamentali dei clienti in modo da spostare l'attenzione degli sviluppatori dalle singole app a tutto l'intreccio di prodotti e servizi inclusi nell'interazione con gli utenti finali.

Sfruttando appieno le tecniche di orchestrazione e aggregazione delle identità sarà possibile, evidenzia CA, ottenere una vista completa del cliente sulla base di informazioni disponibili su applicazioni e ambienti diversi.

Poiché non solo tutti i soggetti fisici, ma anche le app, i servizi e gli oggetti connessi possiedono un'identità, l'acronimo IoT è destinato a essere sempre più pervasivo e utilizzato anche come sigla per il concetto "Identity of Things". Le relazioni fra le diverse entità sono quindi definite sulla base delle identità di ciascuna di esse, motivo per cui l'Identity and Access Management (IAM) può svolgere un ruolo significativo nella diffusione dell'Internet delle Cose.

Per gestire i dati che viaggiano fra tali identità è necessaria, suggerisce per questo CA, una soluzione IAM in grado di amministrare, monitorare e proteggere tutte le interrelazioni all'interno dell'ambiente – requisito fondamentale per le aziende che desiderano trarre vantaggio dall'Internet of Things.

DevSecOps e cyber-difesa

Un ulteriore punto da considerare per il 2017 è che il rilasciare rapidamente servizi e prodotti basati su nuovo codice software è un obiettivo obbligato che risponde alle esigenze di un mercato

altamente dinamico e concorrenziale, ma può anche rivelarsi la ricetta per il fallimento di una strategia digitale.

Per avere successo non sono sufficienti solo tempi rapidi di rilascio delle applicazioni, ma occorre anche soddisfare requisiti di qualità, funzionalità e sicurezza. In altre parole, deve realizzarsi un cambiamento culturale che richiede il coinvolgimento della funzione Security sin dalle prime fasi dei processi DevOps. Per essere affidabile, il codice dev'essere protetto da un'architettura informatica solida anche dal punto di vista della sicurezza.

Per realizzare la visione del cosiddetto DevSecOps - ovvero un approccio che le attività di Development, Security e Operations - tutte le applicazioni e tutti i servizi dovranno garantire, mette in guardia CA, almeno una qualche funzionalità base di autenticazione e autorizzazione. Queste funzioni chiave di security, insieme ad altre capacità critiche come la gestione degli accessi privilegiati e la garanzia dell'applicazione dei modelli dei "privilegi minimi", devono essere facilmente fruibili e la sicurezza essere sempre disponibile.

Non ultimo aspetto, con l'evolversi dei micro servizi e degli SDK, per gli sviluppatori sarà più facile incorporare la sicurezza sin dalle prime fasi del ciclo di vita delle applicazioni, senza mai trascurare la cura della user experience.

Tecnologie Blockchain in progressiva accettazione

Un ultimo punto affrontato da CA riguarda la tecnologia Blockchain. Vi sono alcune entusiasmanti innovazioni riguardanti Blockchain e Hashgraph che prevedono nuovi modi di distribuire poteri e facilitare il coordinamento e l'orchestrazione in remoto delle relazioni e dei dati su cui si basano.

Tuttavia, evidenzia CA, gli attuali modelli fanno emergere alcune criticità significative, tanto che un azionista di maggioranza ha la possibilità di manipolare la "catena" in virtù dell'influenza esercitata sulla maggior parte dei soggetti interessati, consentendo loro di definire la loro versione della verità. Tutto questo potrebbe essere problematico per i soggetti che non fanno parte né sono consapevoli della presenza di coalizioni "nell'ombra".

Si rendono quindi necessarie speciali misure e salvaguardie per tutelare gli interessi di tutti i soggetti coinvolti. L'applicazione di queste tecnologie nel campo della sicurezza dei dati è una questione che va esaminata attentamente, fermo restando che il livello di fiducia nei confronti della rete è cruciale per il successo di ogni installazione. ❖

La tecnologia dà un falso senso di sicurezza e moltiplica i rischi

La troppa confidenza nella tecnologia espone al phishing. Oltre il 50% dei dipendenti ha cliccato su link di e-mail false. I dati in un'analisi di F-Secure

di **Giuseppe Saccardi**



Guarda il video Video:
"Facci entrare per tenerli fuori"

Gli attaccanti prendono continuamente di mira quelle aziende che hanno «un falso senso di sicurezza» (così lo definiscono gli esperti di sicurezza), ossia aziende che confidano troppo nella tecnologia per difendere le loro reti. Il monito viene da un esperto del Red Team di F-Secure – un gruppo di esperti in cyber security specializzati nell’attaccare in modo etico le aziende per metterne in luce debolezze e punti di forza. «Usare la tecnologia per risolvere problemi umani non funziona, e chiunque vi dica qualcosa di diverso vi sta solo vendendo fumo», ha dichiarato Tom Van de Wiele, Principle Security Consultant in F-Secure. «Gli attaccanti nella vita reale, specialmente i criminali, vivono perfezionando continuamente sottili trucchi di social engineering che ingannano le persone portandole ad abbassare la guardia. Lasciar credere ai dipendenti che tecnologie di sicurezza all’avanguardia risolveranno ogni problema dà un falso senso di sicurezza, che è proprio ciò su cui gli attaccanti contano».

Una pesca a strascico

Il phishing è un esempio di ciò che Van de Wiele afferma relativamente all’errato eccesso di confidenza nella tecnologia. Secondo il Global State of Information Security Survey 2017 di PWC, il phishing è stato il primo vettore degli attacchi informatici rivolti alle istituzioni finanziarie nel 2016. E considerando la diffusione sulla darknet di bundle di phishing-as-a-service gestito, questi attacchi sono destinati a diventare sempre più prevalenti in futuro. «Vi stupireste da cosa le persone cliccano mentre stanno lavorando. Non sono stupide, ma vengono prese alla sprovvista, senza necessariamente aspettarsi di essere ingannate,» ha dichiarato Van de Wiele. E in effetti, nei test del Red Team di F-Secure gli

attacchi di phishing simulato registrano elevati tassi di successo. In un incarico recente, gli esperti del Red Team di F-Secure hanno inviato un'email LinkedIn fasulla per vedere quanti dipendenti della loro azienda cliente avrebbero cliccato su un link in un'email che non attendevano. Il 52% dei dipendenti ha cliccato. In un altro test, il Red Team di F-Secure ha creato un'email che portava a un portale fasullo dove i dipendenti dovevano loggarsi usando le proprie credenziali di dominio. Il 26% di chi ha ricevuto quell'email si è collegato al portale, e il 13% ha inserito le proprie credenziali di login.

Niente è al sicuro

I test di Red Teaming che Van de Wiele e i suoi colleghi conducono includono una serie di prove progettate per mettere in evidenza ciò che le aziende stanno facendo in modo corretto e sbagliato quando si parla di sicurezza. I test sfidano le aziende nel rilevare, contenere e rispondere con successo ad attacchi informatici simulati mirati a rubare dati finanziari e proprietà intellettuale, o controllare parti chiave dell'infrastruttura IT di un'azienda. Secondo Van de Wiele, questi test spesso sorprendono le aziende anche solo mettendo in eviden-

za quanto siano esposte ad attacchi. «La considerazione che le aziende hanno della loro sicurezza – spiega Van de Wiele - raramente corrisponde alle debolezze che gli attaccanti vedono». I test prendono in esame l'intera superficie di attacco di un'azienda, non solo la parte digitale ma anche quella fisica – e tutto ciò che rientra sotto il brand dell'azienda.

«Molte aziende restano sorprese quando otteniamo accesso ai loro server offline, così come molti CISO sono impreparati a gestire un attaccante che ottiene accesso fisico alle loro sedi aziendali. E questo è estremamente facile da ottenere: tutto ciò che serve è un giubbino di sicurezza e un ordine di lavoro fisico. I giubbini di sicurezza sono meglio del mantello invisibile di Harry Potter. Indossalo e puoi ottenere accesso ovunque, senza che nessuno ti faccia domande».



Il phishing è stato il primo vettore degli attacchi informatici rivolti alle istituzioni finanziarie nel 2016

La cena 2.0 arriva a casa con il kit fai-da-te di Quomi

di Daniele Colombo

Un servizio digitale si posiziona tra il food delivery di piatti pronti e la spesa online: scegli la ricetta e ricevi il kit per realizzarla

Avete poco tempo, poca voglia di fare la spesa e non volete cedere e farvi portare a casa dei piatti pronti con un servizio di food delivery? Una soluzione c'è. Si chiama Quomi ed è un ribaltamento di prospettiva. Non ordinate i prodotti, ma scegliete le ricette che vi piacciono dalla piattaforma online. Ci penserà Quomi a spedirvi a casa (o se preferite in ufficio) tutti gli ingredienti, di qualità e nella giusta misura, con le istruzioni da seguire passo passo per preparare un piatto unico ed equilibrato dal punto di vista nutrizionale.

Diciamo che il sistema ideato da Quomi è una terza via tra il food delivery di piatti pronti e la spesa fatta con il commercio elettronico. Funziona un po' come l'Ikea: un fai-da-te con le componenti nella giusta misura.



L'ingrediente selezionato

Il servizio punta sulla qualità, lenticchie di Colfiorito, alici di Cetara, Nocciola Igp del Piemonte. Tra gli oltre quaranta fornitori spiccano Accademia Barilla, pasta monograno cento per cento italiano, prodotti di panetteria Davide Longoni, uno dei migliori panifici d'Italia, Fruttasi, distributore di frutta e verdura di stagione apprezzata anche da chef stellati, Sardamar, pesce freschissimo delle coste della Sardegna e zone dell'Adriatico. Molti sono piccoli produttori, presidi Slow Food ed espressione del meglio del made in Italy e bio. Come l'azienda agricola Testarolando, che produce il tradizionale testarolo della Lunigiana.

Nulla a che vedere, poi, con la spesa online, un servizio offerto da diversi supermercati, effettuato con i prodotti in negozio, che arrivano a casa del cliente attraverso una filiera complessa che comporta diversi passaggi che possono incidere sulla freschezza e possono generare anche sprechi. La materia prima di Quomi arriva, invece, da una filiera cortissima: viene acquistata nella giusta dose dal produttore il giorno stesso della richiesta.

«Il nostro non è food delivery – spiega il co-fondatore Andrea Bruno, 33 anni, torinese che proviene dal mondo e-commerce (ha lanciato Zalando) – non consegniamo ricette cucinate, non siamo



Daniele Bruttini,
co-fondatore di
Quomi

Foodora, Just eat o Deliveroo. Abbiamo lanciato questo modello in Italia che ribalta il modo in cui le persone comprano. Non più prodotti a scaffale, ma ingredienti pre-dosati, di alta qualità, che spesso non si trovano nella grande distribuzione, per una ricetta a piatto unico, nutrizionalmente bilanciato. Noi vogliamo rappresentare una spesa evoluta: non scegli i prodotti ma cosa mangiare. Ci prendiamo cura dell'alimentazione del cliente, dalla pianificazione, alla spesa, all'aiuto in cucina».

La spedizione è garantita in 24 ore (due a settimana, il martedì o giovedì, e prossimamente anche il mercoledì). I piani variano a seconda del numero di ricette acquistate e per quante persone: più se ne comprano, meno si paga. Il costo varia da 4 a 8,50 euro a porzione (un minimo di due, massimo di quattro). Il piano settimanale più venduto è tre ricette per due persone. L'invio del box, tramite Sda, è gratuito per tutta la giornata, con piccolo extrapagamento serale o se a orario definito. Gli alimenti freschi vengono garantiti da un contenitore isotermico con un gel refrigerante che mantiene la temperatura tra 0 e 5 gradi per 24 ore.

Con Andrea Bruno e Daniele Bruttini, i due co-founder, nel team ci sono diversi

collaboratori tra cui anche chef professionisti che rinnovano ogni settimana le ricette, comunque facili da preparare.

«Lavoriamo anche con chef di Accademia Barilla e collaboriamo anche con la Fondazione Barilla Center for Food & Nutrition. Sono ricette esclusive che abbiamo sviluppato noi. Punteremo ancora di più sui temi dell'alimentazione e della nutrizione corretta», sottolinea Andrea Bruno, che aggiunge: «I nostri clienti sono persone che hanno alta attenzione per il cibo che ordinano. Amano poi la comodità (la spedizione a casa o in ufficio) e la possibilità di variare le ricette rispettando la qualità e il corretto apporto nutrizionale, in linea con la dieta mediterranea. Non sposiamo alcuna filosofia vegana o radicale. Offriamo, per esempio, sempre una carne rossa, una carne bianca e un pesce e tre ricette vegetariane. Il pane viene sempre aggiunto con carne o pesce o se il piatto lo richiede».

Al momento in cui scriviamo, Quomi conta oltre un migliaio di clienti. «Abbiamo attivato anche il servizio ricorrente: non è un abbonamento perché non ha alcun vincolo e può essere sospeso in qualunque momento. Ogni settimana al cliente arriva la nostra mail che lo informa delle nuove ricette. Lui, per comodità, può anche decidere di non scegliere i piatti e affidarsi alle nostre proposte, se è iscritto. Abbiamo molti clienti che ci dicono: "A noi vanno benissimo i piatti che scegliete voi"», conclude l'imprenditore. ❖



Endian

la soluzione definitiva per il **WiFi corporate**

Accesso sicuro al WiFi aziendale per dirigenti, collaboratori e ospiti

Nello scenario aziendale di oggi, fatto di persone in continuo movimento, la connessione WiFi ci accompagna senza interruzione consentendoci l'accesso a informazioni, risorse e documenti in rete; quando poi le applicazioni o gli strumenti stessi del nostro business si trovano sul web, la stabilità della connessione WiFi diventa determinante nella qualità e nella riuscita della nostra attività.

Separazione delle reti e gestione dei dispositivi mobili

Trasmissione di informazioni confidenziali e di dati sensibili attraverso device eterogenei connessi in rete: qual'è il giusto compromesso tra **semplicità di accesso e protezione**? Naturalmente è fondamentale separare in modo efficace le reti dedicandone una agli ospiti esterni, dove sia possibile gestire i dispositivi mobili e tenere traccia dell'identità degli utenti e della loro navigazione, tramite **autenticazione** e successiva **conservazione dei log del traffico**. Grazie alla soluzione Endian Hotspot, il collaboratore che viaggia su più sedi e abbia necessità di accedere al WiFi aziendale può comodamente utilizzare le proprie credenziali abituali, riconosciute e integrate tramite database Active Directory o LDAP. L'ospite esterno invece si logga attraverso un Social sul **portale personalizzato** dell'azienda e naviga secondo il

voucher disponibile, a tempo o a traffico. A **dirigenti** e **top manager** può infine essere riservato un accesso privilegiato, sia per autenticazione veloce, sia per disponibilità di risorse, rete e banda.

La configurazione Master-Satellite: perfetta per aziende multi-sede

Per le realtà distribuite con magazzini e centri produttivi delocalizzati la gestione della connettività più complessa può essere risolta attraverso la configurazione master-satellite: un Hotspot Endian posizionato nel Ced dell'Headquarter funzionerà da **collettore centrale**, punto d'accesso per tutti gli utenti e depositario di anagrafiche e parametri di configurazione del portale corporate; nelle sedi periferiche gli **Hotspot satelliti si occupano di gestire la navigazione in loco**, settati secondo regole e filtri per necessità e traffico specifici. Inoltre, immaginando una rete di Access Point all'interno di un magazzino o in hub logistici aerei o marittimi, gli autotrasportatori in fase di carico o scarico potranno collegarsi alla rete dai loro dispositivi e comunicare tutti i dati di trasporto, mentre gli addetti al magazzino aggiornano in tempo reale le informazioni delle operazioni di stoccaggio. Il risultato è quello di un servizio stabile, omogeneo che rispecchi l'aspetto e lo stile dell'azienda.

Stabilità e sicurezza per il BYOD aziendale

Diversamente da un servizio in Cloud, il prodotto Endian rappresenta una soluzione infrastrutturale, solida e definitiva, mirata alla gestione della connettività WiFi in modo integrato e completo: offrendo tutte le funzionalità di sicurezza necessarie a difendere la rete aziendale da attacchi esterni, gestisce al contempo **l'ottimizzazione della banda, regolando il flusso dati per priorità e bloccando eventuali siti o applicazioni**. Disponibile in versione **hardware, software e virtual**, Endian Hotspot garantisce flessibilità e scalabilità, oggi ancora più performante dopo l'introduzione della piattaforma EndianOS, che si caratterizza per elevate prestazioni e ampia compatibilità con terze parti.

endian

Dal 2003 Endian si occupa di connettere e proteggere reti in modo semplice ed intuitivo, offrendo soluzioni ideali per la piccola e media impresa, ma efficienti e scalabili anche per realtà estese e multi-sede. Dal 2006 sviluppa soluzioni Hotspot, mentre nel 2011 raccoglie la sfida dell'Internet of Things, cui risponde con la suite Endian Connect. Al 100% italiana, Endian distribuisce i suoi prodotti in tutto il mondo.

www.endian.com



L'esigenza per le aziende di riformulare l'IT in modo che favorisca la trasformazione digitale impone reti e conoscenze che aprono per il canale consistenti spazi di business

DIGITAL TRANSFORMATION E BUSINESS RICHIEDONO RETI NUOVE

di Giuseppe Saccardi



La Digital Transformation è una sorta di mantra che si sente continuamente ripetere, come se fosse la panacea di tutti i problemi che il mercato dell'IT e le aziende stanno incontrando. Naturalmente c'è del vero ma è un mantra che va analizzato nei suoi aspetti al fine di valutare come può essere sfruttato dalle aziende utilizzatrici per trasformarsi in reali opportunità e per gli operatori del settore per capire come può rinvigorire i risultati aziendali. Il termine è necessariamente omnicomprendente e interessa qualsiasi componente di un sistema informativo, dalla infrastruttura di base alle applicazioni e ai servizi più innovativi, e cioè quei servizi che permettono di attrarre meglio la clientela, essere fonte di valore aggiunto e di una miglior comunicazione interna e da e verso l'esterno.

Se si analizza dove sta andando l'IT astruendosi dalle pure applicazioni quello che appare è una crescente mole di informazioni che vengono prodotte in ogni momento e che necessitano di essere scambiate, archiviate, elaborate, analizzate e condivise, tutto questo non necessariamente nell'ordine.

Nella trasformazione dell'IT, sia basata su una infrastruttura in toto aziendale che una fruita come servizio esternalizzato, quello che emerge prepotentemente è l'esigenza di una robusta e affidabile rete di connessione tra IT aziendale e device di utente, dipendente o cliente che sia. Lo sviluppo di nuove applicazioni e servizi deve quindi avvenire in sincronia con la ridefinizione della rete nelle sue diverse componenti, fisse, mobili, di accesso, di backbone, geografiche o locali.

Muoversi diversamente senza aver chiaro il livello prestazionale necessario, o il grado di affidabilità e di sicurezza, può portare a servizi che presentano qualità inadeguate e che in quanto tali sono rifiutati o poco usati dagli utilizzatori.

Pensare al servizio e a come erogarlo

I nuovi servizi aziendali richiedono una crescente capacità di banda. Si pensi per esempio al video streaming o alla sorveglianza video del territorio, o ad applicazioni di backup e disaster recovery tra i data center o verso il cloud. L'azienda che decide di portare nel cloud o verso un'altra sua sede il backup di terabyte di dati su base giornaliera trova in una usuale connessione dei limiti temporali fortemente critici se non del tutto insuperabili. Adeguare una infrastruttura di rete ideata anche solo un quinquennio fa, durata adeguata per una rete prima di rimetterci mano, o con gli apparati datati pur se tecnicamente validi, non è però semplice. La cosa vale, soprattutto, per quanto riguarda in modo specifico la parte di rete di accesso e cioè quella a più stretto contatto con l'utilizzatore o un'azienda, presso la quale vengono usualmente installati i dispositivi chiamati CPE (Customer Premises Equipment) che permettono di accedere al backbone proprio o di un operatore.



Il problema dell'attuale inadeguatezza di parte delle reti installate risale addietro nel tempo. Per molti anni l'elevato numero di fibre installate e disponibili a livello di dorsale e lo sviluppo della tecnologia WDM e DWDM, hanno fatto sì che raramente il problema di capacità di banda finisse con il porsi. Tutt'altra faccenda è invece quello che è accaduto per quanto concerne la rete periferica o di accesso, dove le connessioni xdsl sono generalmente datate, le connessioni in fibra ottica ancora poco diffuse se non in ambiti urbani economicamente attraenti per gli operatori e le velocità fruibili sempre meno al passo con le esigenze degli utenti finali, alle prese con applicazioni grandi consumatrici di banda trasmissiva come nei casi citati di applicazioni diffuse di videocomunicazione o di backup. La realtà è che in meno di un lustro le esigenze degli utenti sono cambiate radicalmente, così come le velocità trasmissive e le caratteristiche dei dispositivi di cui dispongono in ufficio o nell'ambito domestico. Di conseguenza, senza rinnovare la rete dati si possono creare

dei colli di bottiglia che rendono problematico sia erogare nuovi servizi che mantenere in linea con gli SLA aziendali quelli esistenti.

Il problema di come rinnovare la rete di accesso è però critico per realtà non di green field e dove vi sia la necessità di supportare l'installato, magari con terminazioni TDM, con connessioni IP, MPLS, eccetera. Non si tratta quindi solo di tecnologie, ma anche di disporre della capacità progettuale che permetta di implementare un piano di evoluzione che ponga in grado di affrontare le nuove sfide ma anche di salvaguardare l'installato e garantirne una migrazione il più lineare possibile.

Riorganizzare e riprogettare una rete non è però cosa semplice, e lo è ancor meno quan-

L'impatto dell'IoT

La rapida diffusione di soluzioni IoT sta ponendo il problema della relativa connettività e di come renderla sicura, in particolare quando si tratta di infrastrutture installate in ambiti privati o pubblici che coinvolgono aspetti di sicurezza o di benessere del cittadino o ambienti critici industriali connessi alla produzione di beni materiali. Le applicazioni sviluppate o in via di sviluppo spaziano dal controllo di infrastrutture verticali come nel caso dell'Energia, la mobilità, la connessione di macchine di impianti industriali, la gestione di flotte di dispositivi, eccetera. Sono tutti aspetti che impattano profondamente sulla rete trasmissiva e sul come è progettata gestita. Quasi indipendentemente dal settore di applicazione le caratteristiche che deve avere l'infrastruttura della rete connettiva sono del tutto simili.

Quello che serve è una qualità di grado industriale, e dispositivi di rete molto robusti che permettano prima di aggregare anche consistenti moli di dati e poi trasmetterli in modo sicuro sui canali di rete disponibili, sia che si tratti di reti fisse che di reti mobili, e quest'ultime di tipo Wi-Fi o cellulari.

L'IoT si prefigura per il canale un importante settore di sviluppo. Secondo stime di Gartner, nel 2020 ci saranno 26 miliardi di oggetti connessi a livello globale, mentre ABI Research ne stima più di 30 miliardi, ma ci sono altri istituti che sono arrivati a prevederne fino a 100 miliardi. Si tratta in ogni caso di cifre colossali, e parimenti colossali saranno le moli di dati in gioco che le reti trasmissive dovranno prima aggregare e poi convogliare. L'internet delle cose cambierà il nostro modo di vivere, sotto molti aspetti della quotidianità, e gli oggetti intelligenti che ci circondaeranno permetteranno il risparmio energetico sia a livello personale, nelle smart home dotate di domotica, sia a livello macroscopico, con le smart city e smart grid. È una realtà che proprio perché sarà capillarmente diffusa richiederà reti e una connettività adeguata e al anale la capacità progettuale di supporto.

do lo si deve fare in presenza di una spinta virtualizzazione dell'IT e della diffusione del concetto di software defined, che spazia dallo storage alla rete.

SDN, ma senza dimenticare l'hardware

L'accento posto dal marketing si è progressivamente spostato dall'hardware al software. Il motivo è semplice. I margini dell'hardware si sono via via ridotti e le possibilità di profitto si sono spostate verso il software e il campo dei servizi a valore aggiunto: dalla progettazione al supporto alla proposta di esternalizzare la complessità dell'IT. È in questi campi che il canale ha progressivamente puntato per mantenere una profittabilità aziendale sempre più critica ed erosa dal costante calo dei prezzi dei dispositivi.

È di certo una scelta strategica indotta dal mercato e condivisibile. È però vero che quando il novero dei fornitori di servizi in un mercato che non cresce o cresce poco finisce con il superare una soglia critica si assiste a una parcellizzazione dei proventi e ciò può portare a non raggiungere gli obiettivi perseguiti e di conseguenza limitare il proprio aggiornamento tecnologico o l'attenzione dedicata alla componente fisica, che rimane comunque essenziale.

Software e servizi sono di certo fonte di fatturato ma i servizi devono in ogni caso viaggiare su una rete, girare su macchine fisiche, sia che si trovino nel cloud privato o ibrido, e la diffusione crescente dell'Internet of Things promette di introdurre nell'equazione un'altra variabile molto pesante per le infrastrutture in termini di caratteristiche fisiche quali capacità trasmissiva, resilienza e self healing, latenza e capillarità.

I nuovi servizi richiedono, come appare sempre più evidente, infrastrutture di rete fissa o mobile capillari sul territorio e in grado di convogliare in tempi strettissimi e in modo

sicuro grandi volumi di dati. In pratica, se nella trasformazione digitale dell'azienda e del suo IT si investe solo sullo sviluppo di servizi e sul software si può correre il rischio di perdere di vista che la prima cosa da verificare è se la infrastruttura connettiva, privata, nel cloud o ibrida che sia, è adeguata ai nuovi compiti che le si chiede di supportare e distribuire.

Servizi che spaziano da Internet alla voce, dai dati alla videosorveglianza, al telecontrollo di impianti di riscaldamento o di erogazione di energia elettrica sono tutte cose per cui una rete efficiente è essenziale, e costituisce il passo sine qua non per il successo e una effettiva redditività.

Nel caso dell' Internet of Things, oltre alla disponibilità dei dispositivi periferici che monitorizzano un certo evento, è indispensabile una adeguata infrastruttura di rete per convogliare al centro le informazioni raccolte e permetterne la conservazione ed elaborazione. Servono nuovi dispositivi periferici, IP o meno, dispositivi di aggregazione, dispositivi



di switch per convogliare il traffico sulle dorsali, e così via.

In sostanza, si deve progettare, installare e mantenere una piattaforma hardware di rete di qualità che il crescere di esigenze di controllo automatico di infrastrutture distribuite sul territorio rende indispensabile per erogare servizi di nuova concezione e profittevoli.

L'impatto della mobility

Nel cambiare profondamente lo scenario delle reti aziendali un fattore primario lo ha assunto la crescente mobilità del business e del personale. La trasformazione digitale che stanno affrontando le aziende e la società nel suo complesso si basa in larga parte sulla mobilità di beni materiali e persone fisiche, nell'ambito di un processo volto nella sua globalità a ottimizzare i processi di business, a ridurre Capex e Opex e a facilitare la collaborazione tra dipendenti e tra e con i clienti.

Un ruolo chiave in tutto questo lo ricoprono

SDN e virtualizzazione

Il concetto di virtualizzazione risale agli anni Settanta quando si è definito il modello OSI. Ora dal campo delle telecomunicazioni è arrivato a riferirsi a tutto l'IT e nel suo ambito alla rete. Ciò ha però aggiunto alcune complessità, questo perché una infrastruttura virtuale, sia essa limitata alla componente IT o di rete, o che le comprenda entrambe, va orchestrata, altrimenti è come disporre di decine di strumenti ma lasciare che ognuno suoni il proprio motivo.

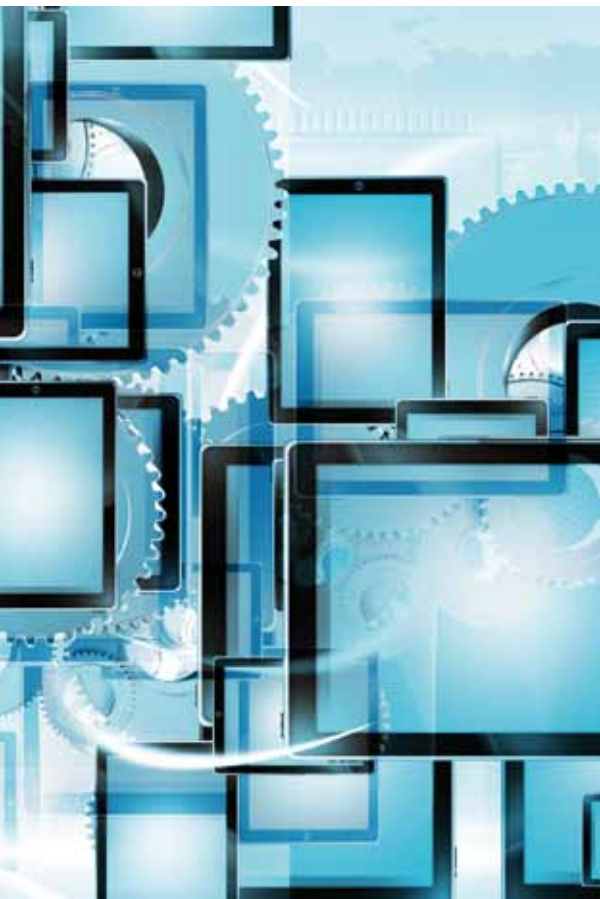
Se la cosa è necessaria in un ambiente IT, quando si parla di una rete e della sua parte di accesso preposta all'erogazione di servizi, l'orchestrazione diventa indispensabile e lo è ancor più se la rete, oltre a servire per usi interni viene usata per erogare servizi a terzi. Ciò implica sottoscrivere contratti, livelli di servizio, sottostare a penali, tutti fattori che in una rete il cui controllo non sia ottimizzato in tempo reale può portare a consistenti perdite non solo economiche ma anche di immagine.

Orchestrare una rete di moderna concezione in grado di erogare servizi in modo virtuale e di corrispondere ai principi della Network Functions Virtualization (NFV) presenta non poche difficoltà e alcuni punti fermi. Tra questi una interfaccia di utente che semplifichi la pianificazione, il provisioning e il monitoraggio dei servizi e della rete medesima e un orchestrator D-NFV (Distributed NFV) che permetta di attivare rapidamente macchine virtuali e servizi presso la parte di rete residente a casa o in prossimità del cliente.

Quello di fornire servizi di NFV e la loro gestione è un campo aperto per il Canale, che ha la possibilità di trovarvi spazi per erogare ai clienti servizi a valore aggiunto stante la difficoltà per la singola azienda di dotarsi della necessaria esperienza e del personale qualificato.

le tecnologie di rete e i dispositivi di utente, oltre che quanto a esso correlato in termini di gestione e sicurezza, cosa che costituisce uno spazio per il canale per erogare servizi a valore aggiunto.

I fattori tecnologici coinvolti nella trasformazione digitale di un'azienda giocano un ruolo primario nella sfida per una maggior e aziendali mobilità aziendale e di business. Gli strumenti di ultima generazione e ideati in modo nativo per il business, dal tablet al portatile allo smartphone, hanno un ruolo chiave per assicurare alle generazioni più recenti che entrano nel mondo del lavoro, quella qualità e indipendenza che hanno sperimentato e metabolizzato con i dispositivi consumer, non di rado più all'avanguardia di



quelli in uso nelle aziende.

Se la qualità dei dispositivi è importante per garantire il successo di una trasformazione in chiave digitale e mobile di un'azienda, parimenti lo è il farlo in sicurezza. Qui il punto è più critico perché mentre le generazioni "più datate" sono abbastanza attente, meno lo sono quelle più recenti abituate a navigare su Internet e a chattare.

La sicurezza non è però un'opzione che può essere fruita a piacere ma è un obbligo di legge. La sicurezza, allo stato attuale, può basarsi su una serie di strumenti fortemente progressivi che vanno dai semplici software on board per il controllo dell'accesso sino alla verifica biometrica dell'utilizzatore, o a policy che permettano l'uso del dispositivo solamente in certi momenti, che controllino il tipo di applicazioni fruito, sino al virtual desktop che facendo risiedere il controllo dell'accesso e i dati su un sistema centrale permette di applicare politiche forti che possono comprendere anche la robusta cifratura dei dati, che è molto utile anche per l'invio e la ricezione di informazioni quando si opera tramite reti pubbliche o il cloud.

Quello della sicurezza della rete è indubbiamente un campo in cui il canale ha la possibilità di ritagliarsi crescenti margini e l'emanazione dei recenti decreti in proposito di certo sta agendo da stimolo per le aziende per mettersi in regola in un campo in cui è difficile per un'azienda anche di medie dimensioni avere la necessaria esperienza e certificazioni.

Un approccio organico e olistico

Sia che si tratti di approntare una rete geografica, di accesso, fissa o mobile, quello che serve per una efficace trasformazione digitale è una visione di insieme e il decidere cosa si vuole e dove andare. La complessità di una tale trasformazione e i numerosi fattori in gioco fanno sì che il canale possa assumere un ruolo fondamentale nell'indirizzare il cliente e nello stabilire con lui un rapporto continuo nel tempo e profittabile per entrambi. Naturalmente servono competenze tecniche e soluzioni di nuova generazione e la capacità di adattarsi ai cambiamenti in atto nel mercato. Gli spazi però ci sono e si tratta di coglierli. ❖

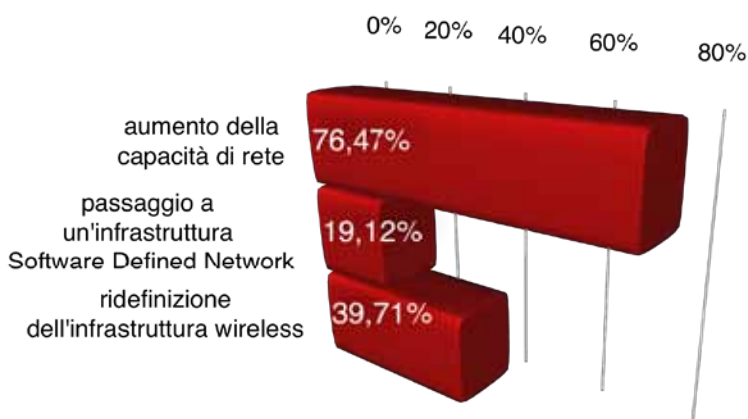


LO STATO DELLE RETI AZIENDALI ITALIANE

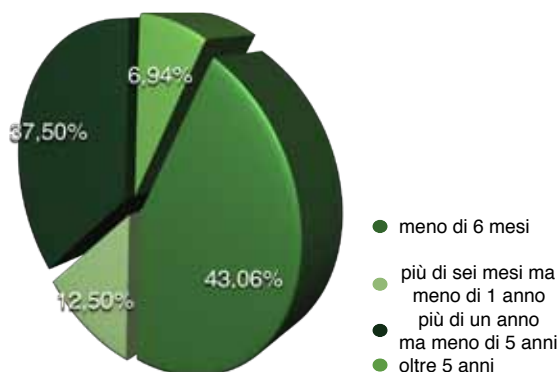
Un'inchiesta condotta da Reportec indica che le reti aziendali sono mediamente recenti, ma prossime ai cambiamenti

Abbiamo svolto una rapida inchiesta sullo stato dell'arte delle reti in Italia presso responsabili dei sistemi informativi, network manager e IT manager di aziende medie e grandi.

Quali motivi possono spingerti a rinnovare l'infrastruttura di rete?



Quanto tempo è passato dall'ultimo aggiornamento della rete



Il risultato non può e non vuole essere statisticamente significativo, ma avendo raggiunto poco meno di un centinaio di persone, possiamo ritenere l'inchiesta un quadro qualitativamente indicativo dello scenario italiano. Quest'ultimo fornisce essenzialmente conferme rispetto quanto fosse logico aspettarsi: il mercato non è ancora pronto alla rivoluzione software defined. L'SDN (Software Defined Network), tassello del più ampio software defined data center, è visto come indirizzato alle grandi o al più medio grandi imprese e rappresenta un motivo di cambiamento praticamente solo per queste ultime, come indica anche il dato percentuale del 19,2% relativo alle imprese che considerano l'SDN una ragione per aggiornare la rete.

Le reti, comunque, sono sufficientemente curate, considerato che il 43% dei partecipanti al sondaggio ha dichiarato di avere effettuato un aggiornamento non più tardi di sei mesi orsono, cui si può aggiungere un 12,5% che è intervenuto nell'ultimo anno.

Quali dei seguenti servizi è supportato dalla tua rete



SERVIZI DI RETE EVOLUTI E SICURI CON LA SOLUZIONE DI ACTELIS

Una nuova famiglia di dispositivi per l'accesso a Ethernet tramite rete in rame, distribuita in Italia da CIE Telematica

Un aspetto chiave della soluzione ML640E basata sui dispositivi per l'accesso a Ethernet EAD (Ethernet Acces Device) per l'accesso è la possibilità che offre di utilizzare il comune doppino telefonico esistente di qualità voice grade per convogliare un traffico Ethernet simmetrico con una velocità di sino a 230 Mbps. In pratica, permette di erogare facilmente servizi evoluti utilizzando la rete in rame presente ovunque.

La soluzione è disponibile, ha illustrato Luigi Meregalli, general manager di CIE Telematica, in tre diversi modelli in grado rispettivamente di supportare 4, 8 o 16 doppini. Equipaggia anche due interfacce SFP (Small Form-factor Pluggable - SFP) opzionali che supportano connessioni ottiche di tipo 100/1000Base-FX. Sia sulle porte in rame che in fibra mette a disposizione servizi CE 2.0.

Una rete dal point-to-point al multipoint

Numerose le possibilità di utilizzo del dispositivo della famiglia di EAD. Può essere installato in topologie di rete sia punto a punto che multi punto tramite l'utilizzo dello switch per aggregazione Ethernet ML230, anch'esso parte del portfolio Actelis. Si tratta inoltre di un apparato che è interoperabile praticamente con tutti gli switch, i router o hub a standard Ethernet.

Sono invece poco meno del 7% i responsabili delle reti che non toccano nulla da ben 5 anni. Ciononostante, non si stanno attuando profonde trasformazioni della rete per supportare la crescita dell'Era digital. Lo spirito italico è confermato anche in questo contesto: il bisogno di un cambiamento non è particolarmente sentito. Si aspetta sempre l'ultimo minuto per adeguare le infrastrutture alle esigenze, senza cercare di anticiparle. Ecco che le priorità indicate per l'aggiornamento della rete mostrano al primo posto la capacità (indicata dal 76,47% dei rispondenti. I carichi sulla rete si fanno vieppiù pesanti e si accresce la banda.

Segue poi il wireless, la cui infrastruttura potrebbe essere ridefinita dal 39,7% delle imprese e sul gradino più basso l'SDN (19,2%, come detto).

I servizi utilizzati

Il livello delle attuali infrastrutture è dunque giudicato adeguato e, come accennato, vede la principale criticità nella capacità che deve supportare principalmente i seguenti servizi: accesso al cloud, accesso da remoto sicuro, videocomunicazione e collaboration.

Più precisamente, le applicazioni in cloud sono utilizzate dal 65,71% delle imprese che hanno partecipato al sondaggio, la collaboration o la videocomunicazione sono utilizzate dal 67,14% delle aziende e l'utilizzo più storico è quello dell'accesso da remoto via VPN (Virtual Private Network), che viene utilizzato dall'87,14% delle imprese. ❖



Luigi Meregalli.
general manager di CIE Telematica

Come accennato, è compliant con le specifiche CE2.0 definite dal Metro Ethernet Forum,

cosa che ne abilita l'integrazione

nelle esistenti reti Ethernet degli operatori.

Elevata la granularità dell'apparato in termine di assegnazione delle porte, che possono essere configurate in modo indipendente sulla base del singolo cliente o per uno specifico servizio.

Sempre a livello di architettura di rete gli up-link del dispositivo possono essere usati per connettersi alla rete legacy invece di ricorrere a un SFP 100/1000Base-FX.



Actelis ML64BE

Servizi e banda controllata

Le possibilità in termini di servizi che derivano dall'adozione del dispositivo sono ampie. Il service provider può offrire servizi che prevedono il controllo della banda e la gestione del traffico.

È possibile altresì effettuare la fornitura di un servizio in modo flessibile utilizzando connessioni Ethernet virtuali (EVC) in abbinamento anche con una gestione della qualità del servizio di tipo gerarchico (H-QoS).

Le diverse funzioni citate, osserva Luigi Meregalli, permettono agli operatori di ottimizzare l'efficienza della banda di accesso su tutte le porte e per le diverse configurazioni.

Numerose le caratteristiche che ne fanno un apparato particolarmente adatto per ammodernare le infrastrutture di rete e l'erogazione di nuovi servizi. Tra queste: il bridging 802.1q VLAN-aware wire-speed, il double tagging (VLAN stacking), il mapping VLAN, la classificazione L2-L4 con 8 diverse classi di traffico, il monitoraggio della banda RSTP/STP e ERPS, la limitazione Multicast/ Broadcast e lo snooping IGMP per la distribuzione di applicazioni video.

Trouble shooting e gestione OAM-EFM

Particolarmente robuste sono le funzioni per gli interventi tecnici che si dovessero rendere necessari e la gestione dei dispositivi una volta installati. L'ML640E dispone di strumenti sia proattivi che dinamici utilizzabili sia per l'esame dei malfunzionamenti che per il monitoraggio del suo comportamento.

Le funzioni OAM (Operations, Administration, Maintenance) rispondono allo standard EFM (Ethernet in the First Mile), che definisce le funzioni di gestione per il livello di trasporto tra gli elementi di una rete. Permette di identificare il malfunzionamento dei dispositivi di pari livello, la rilevazione di guasti e di effettuare il loop-back remoto ai fini di analisi dello stato della connessione.

Nell'ambito delle OAM EFM include funzionalità 802.3ah, CFM (802.1ag), Y.1731 (ITU), Y.1564 e il già citato Ethernet loop-back con lo swapping MAC/IP.

La gestione del dispositivo può essere effettuata nelle citate modalità out-of-band e in-band tramite l'applicazione grafica Meta-ASSIST. I protocolli utilizzabili per la gestione comprendono la Common Line Interface (CLI) standard, Telnet e SNMP, con inoltre la possibilità di una integrazione trasparente sempre basata su standard con sistemi di gestione di rete di terze parti.

Caratteristiche per ambienti estremi

ML640E è un dispositivo che presenta caratteristiche atte a una sua installazione in condizioni ambientali anche particolarmente severe. Può essere utilizzato sia in ambienti esterni che interni e con una gamma di temperatura ambientale di funzionamento che spazia da -40 gradi a più 65 gradi centigradi. A livello d'installazione è predisposto per montaggio in armadio a 19 pollici standard e ha un fattore di forma di una unità. ❖

UNA QUALITÀ DI VITA MIGLIORE CON LA DIGITAL COHESION

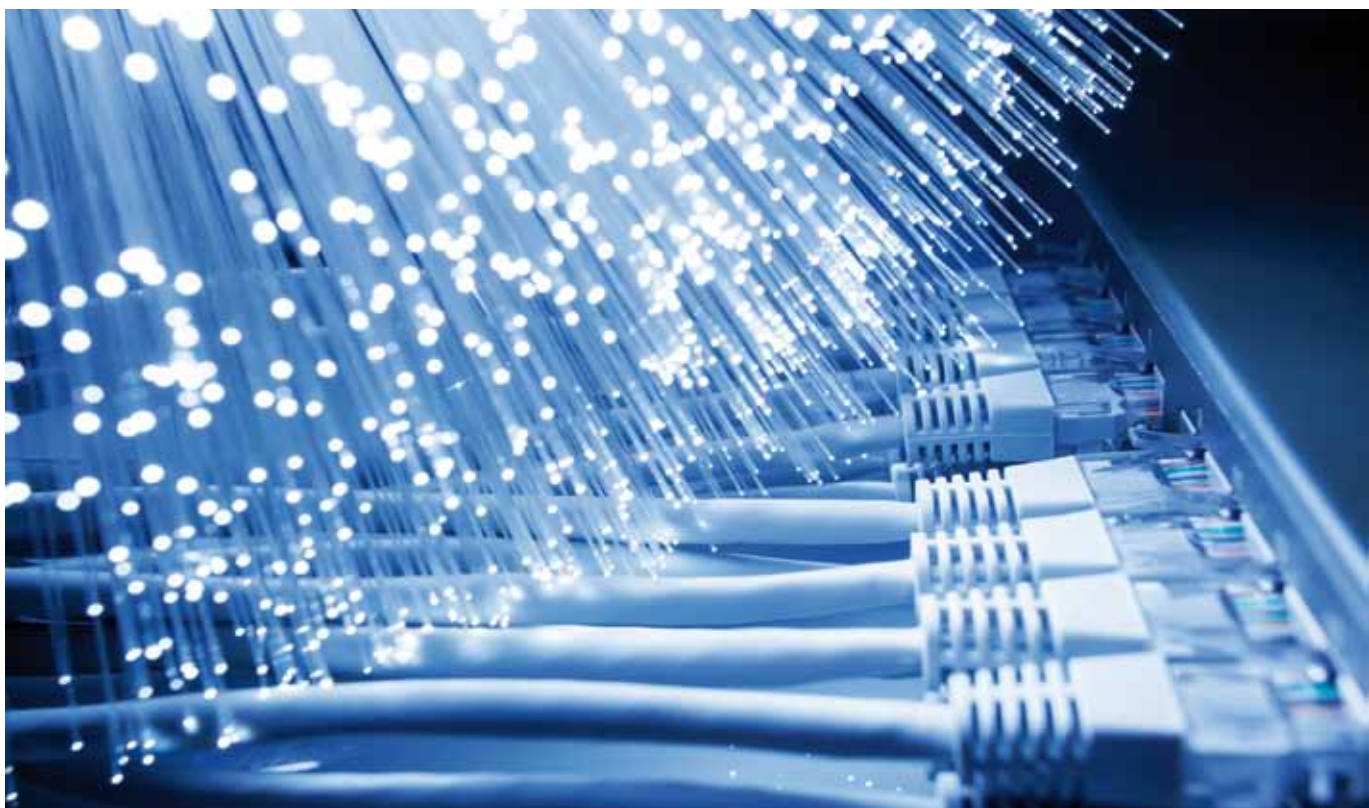
Reti di nuova generazione, con servizi automatizzati e predittivi si adattano ai comportamenti degli utenti. Una ricerca di Juniper rivela le aspettative di aziende e consumatori

di *Gaetano Di Blasio*

Il ritmo della nostra vita è sempre più scandito da "orologi digitali": nell'organizzare lavoro e tempo libero utilizziamo strumenti, servizi e soprattutto app che ci aiutano con semplicità: per i "non millenials" appare stupefacente il cambiamento rispetto a meno di dieci anni fa. Ma il progresso inarrestabile ci riserverà

ancora sorprese, adesso che stiamo entrando nell'era della Digital Cohesion.

Juniper Networks ha presentato i risultati di una ricerca globale, affidata a Loudhouse Research, svolta per indagare gli atteggiamenti di aziende e consumatori nei confronti di questa prossima "ondata" di innovazioni



Le risposte delle aziende

La ricerca ha toccato in particolare due aspetti importanti per il mondo business: i vantaggi per le imprese e l'aspetto relativo alla sicurezza. Di seguito i risultati principali comunicati da Juniper.

Vantaggi per il business:

- Il 90% degli utenti aziendali si aspetta un incremento nell'innovazione dei servizi per il business come effetto della Digital Cohesion; il 91% si attende una gestione più flessibile della forza lavoro.
- Esaminando i principali benefici derivanti dalla Digital Cohesion, il 60% degli intervistati cita le maggiori capacità di automazione e controllo, mentre il 58% la maggiore produttività.
- Il 51% degli intervistati ritiene che la Digital Cohesion determinerà una migliore customer experience per la propria organizzazione.

La fiducia fattore critico

- Il 66% degli intervistati considera la sicurezza e la compliance come il maggior fattore di rischio nella Digital Cohesion e solo il 25% afferma di essere "totalmente pronto" a fidarsi della sicurezza delle reti e dei dispositivi.
- Riguardo alle conseguenze dell'introduzione di dispositivi più intelligenti nell'infrastruttura di rete della propria organizzazione, l'85% degli intervistati prevede di gestire tale influsso in maniera pragmatica anziché scegliere di limitare i dispositivi come attività preventiva per ridurre i rischi per la sicurezza.

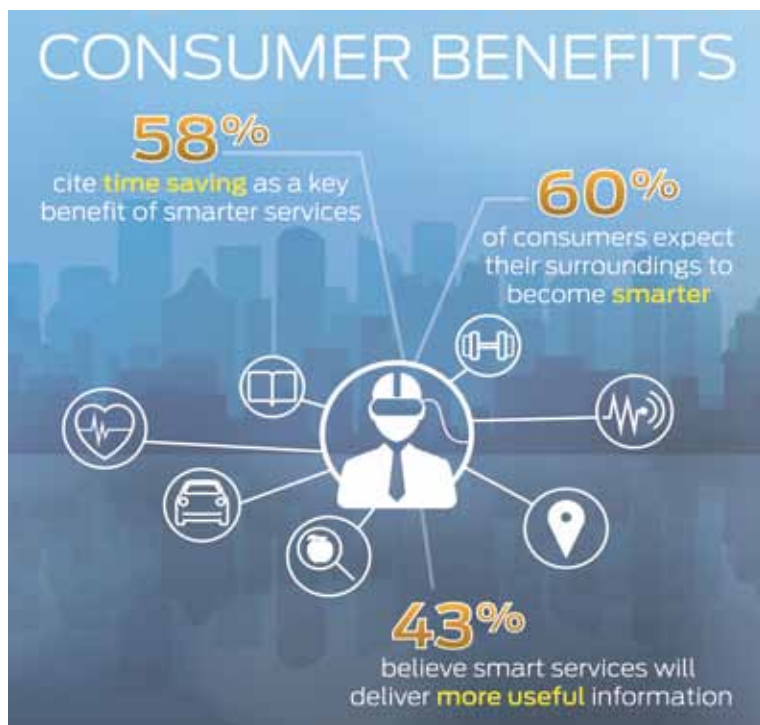
Digital Cohesion
business benefit

caratterizzata da "mega-servizi" basati sulla rete, automatizzati e predittivi, che si adattano ai comportamenti degli utenti, permettendo di assumere decisioni più ragionate e arricchendo la vita personale e professionale, come spiega il Ceo Rami Rahim.

«I progressi del networking ci stanno portando alla Digital Cohesion. Noi di Juniper Networks vediamo un futuro di reti "autogestite" che contribuiranno a rendere possibile la realizzazione di mega-servizi adattivi, trasformando enormemente le esperienze dei consumatori e delle imprese, connettendo persone, servizi e informazioni», afferma Rahim.

Tanti i vantaggi prospettati alle aziende e ai consumatori interpellati per l'indagine che è





stata condotta in 16 paesi in tutto il mondo. Le aspettative spaziano da una migliore infrastruttura a disposizione della comunità, con servizi di emergenza più efficaci e rapidi, a un uso più efficiente del tempo libero. Si ritiene che la Digital Cohesion possa portare un miglioramento delle capacità di studiare e apprendere, come pure a una riduzione del costo della vita (grazie a una maggiore efficienza energetica domestica e alla possibilità di prendere decisioni più informate).

Le risposte dei consumatori

Anche qui due aspetti in particolare: qualità della vita e fiducia. Di seguito i principali risultati.

La smart experience:

- Il 60% dei consumatori si aspetta che l'ambiente circostante diventi più "smart" nei prossimi 5 anni, con la crescente integrazione e automazione delle app.
- Il 58% cita il risparmio di tempo come principale beneficio dei servizi smart per la propria vita; il 43% pensa che i servizi smart forniranno informazioni più utili consentendo di migliorare i processi decisionali; il 27% crede in una riduzione del costo della vita.
- In un mondo in cui la Digital Cohesion condurrà alla diffusione dei mega-servizi, il 61% dei consumatori si attende una riduzione dei consumi di energia grazie ad essi, mentre il 51% si attende maggiore supporto e minori tempi di risposta da parte dei servizi di emergenza.
- Il 75% dei consumatori dice di affidarsi a connessioni mobili per vivere in modo più efficiente, smart e sicuro.

L'importanza della fiducia:

- Il 53% dei consumatori indica la sicurezza come il fattore più importante nella scelta di un nuovo dispositivo smart.
- Il 77% dei consumatori indica la fiducia come elemento "importante" per un dispositivo erogatore di servizi integrato e connesso; il 76% dice che il brand è un fattore importante nella scelta di un fornitore di servizi "smart".
- Di contro, solo il 20% dei consumatori considera il design un fattore molto importante per i dispositivi smart.

In particolare, gli utenti business si attendono benefici quali una maggiore produttività e/o efficienza nelle spese, oltre a nuovi modelli di gestione della forza lavoro e un'innovazione nei servizi.

A guidare la nuova era, ritengono in Juniper, dovranno essere gli operatori di telecomunicazioni, poiché saranno i dispositivi mobili, che agiscono come punti di raccolta, a fornire i dati su cui si basano tali mega-servizi.

Sempre stando alle previsioni degli aperti di Juniper, le telco dovranno approntare le necessarie modifiche alle proprie infrastrutture per arricchire il mondo dei servizi. La trasformazione, del resto è in atto da tempo, considerando quanto rapidamente la semplice connessione stia perdendo valore commerciale, diventando una commodity. Gli ope-



ratori dovranno necessariamente alzare il livello dei servizi alla ricerca di nuovi margini ed è probabile che non mancheranno le opportunità per le imprese ICT.

L'importanza della fiducia

I rischi per la sicurezza

Per merito o colpa del ransomware, la sensibilità verso la sicurezza dei dispositivi e dei dati è in crescita, ma l'ingenuità degli utenti e la possibilità di commettere errori è alta. Nello scenario tracciato da Juniper non può mancare questo aspetto. L'indagine, infatti, conferma che aziende e consumatori sono preoccupati per i rischi per la sicurezza e la compliance legati a tali mega-servizi. Una preoccupazione che, come accennato è sempre più forte, tanto, evidenziano gli autori dell'indagine, che nella scelta di un brand cui affidarsi la sicurezza prevarrà rispetto ad altri aspetti, come design o preferenze estetiche. È una questione di fiducia. ❖



La metodologia della ricerca

La ricerca, commissionata da Juniper Networks a Loudhouse Research, ha coinvolto oltre 4.800 consumatori e decisori IT in Australia/Nuova Zelanda, Cina, Francia, Germania, India, Italia, Giappone, Malesia, Olanda, Singapore, Corea del sud, Spagna, Svezia, Emirati Arabi Uniti, Stati Uniti e Gran Bretagna. L'indagine è stata svolta a gennaio 2017 e ha coinvolto oltre 100 decision maker in ambito IT e 200 consumatori per paese. L'età dei rispondenti è tra 18 e oltre 65 anni. I decision maker IT intervistati fanno parte di organizzazioni con un numero di dipendenti compreso tra 251 e 1000 (53%) e oltre i 1000 dipendenti (47%). I settori inclusi vanno dalla PA, all'istruzione e la sanità, dal retail, al manufacturing fino all'IT.

**FINALMENTE
UN PARTNER,
CON CUI FARE
BUSINESS E'
UN PIACERE**



SCOPRI I PERCHE' DI UN VENDOR CHE CREDE NEL CANALE

Non sei un po' stufo di basse marginalità, progetti soffiati via, assistenza tecnica inesistente? Scopri anche tu il mondo G DATA!

Sviluppato per garantire la massima soddisfazione dei propri rivenditori, il Partner Program G DATA favorisce l'instaurarsi di partnership durature. Tutti i partner G DATA beneficiano di vantaggi e opportunità crescenti.

G DATA, **SEMPLICEMENTE AL SICURO**



**SIMPLY
SECURE**

WWW.GDATA.IT

Fino a 10 milioni di investimenti per portare la tecnologia presso imprese di ogni dimensione, valorizzando le competenze e le soluzioni realizzate dal canale. Già coperte 9 regioni con 19 centri d'innovazione

HPE INNOVATION LAB: FARE SISTEMA COI PARTNER SUL TERRITORIO

Paolo Delgrosso, Channel, Service Provider e Smb director di Gruppo Hewlett Packard Enterprise Italia



HPE ha praticamente completato la cessione del grosso ramo servizi e rivede il rapporto con i partner creando un ecosistema più integrato, in grado di valorizzare lo sviluppo di soluzioni da parte del canale, focalizzandosi sulla produzione di tecnologia innovativa.

L'obiettivo è rendere più rapido ed efficace il processo di vendita portando la tecnologia il più vicino possibile al cliente, accelerando tutti i processi che portano alla realizzazione dei progetti per rispondere alle esigenze di qualsiasi tipologia d'impresa di ogni dimensione. Il punto di partenza, infatti, è il terri-

torio: HPE ha previsto un investimento in Italia, stimato tra i 7 e i 10 milioni, una cifra che dipende da quanto investiranno i partner, scegliendo quali tecnologie ospitare presso gli Innovation Lab che ciascuno vorrà realizzare. Ci sarà chi è interessato a tutto il portfolio, chi invece si focalizzerà su ciò che è più legato alle proprie specializzazioni.

Due le macro aree tecnologiche su cui HPE focalizza gli investimenti: l'IT, declinato secondo il paradigma dell'iperconvergenza basata sull'hybrid cloud, e la galassia delle soluzioni costruite partendo da mobility e geolocalizzazione per arrivare all'Industry 4.0 e, più in generale all'IoT.

«Non si tratta semplicemente

di rendere le infrastrutture più efficienti, ma di cambiare il modo in cui sono costruite le infrastrutture del Paese ed è un modo innovativo e dobbiamo farlo con i nostri partner», sottolinea Stefano Venturi, Corporate vice presidente e amministratore delegato di Gruppo Hewlett Packard Enterprise Italia, lasciando spiegare il progetto a Paolo Delgrosso, Channel, Service Provider e Smb director di Gruppo Hewlett Packard Enterprise Italia: «Partiamo con 15 Innovation Lab realizzati presso altrettanti partner, cui si aggiungono quelli di 4 distributori, per una copertura di 9 regioni».

Nello specifico i distributori sono Computer Gross, Ingram Micro, Tech Data e V-Valley, mentre i 15 partner coinvolti nella prima fase sono, in rigoroso ordine alfabetico: ACS Data Systems, CDM Tecnoconsulting, Converge, Elmec, Gruppo Project, Harpa Italia, IFI, infonet Solutions, Information Consulting, NPO Sistemi, R1, SimNT, Tecnosistemi, Uno Sistemi HS, Var Group.

Innovazione e collaborazione

Chiave di volta del programma è il modello collaborativo che si concretizza con il massimo supporto per il partner, il quale potrà contare su personale HPE Certified per la presentazione di sistemi e soluzioni HPE, ma anche sulla condivisione di soluzioni realizzate da altri partner, finanche, idealmente, nella possibilità di rivendere soluzioni della "concorrenza" disponibili in una sorta di catalogo. Sarà sempre più così in divenire, anche e soprattutto per progetti che richiedono conoscenze specializzate, come nell'IoT.

È meno strano di quello che sembra: basta pensare, infatti, ad aziende che operano su aree geografiche diverse. Ma non solo, come hanno testimoniato i responsabili di Information Consulting e ACS Data Systems, entrambe dell'Alto Adige, che già hanno avuto modo di collaborare in passato.

«Per fare innovazione è importante non essere soli», ribadisce Venturi ed è per questo che in HPE, interessati a promuovere la propria "value proposition", hanno progettato un ecosistema finalizzato ad accrescere il valore aggiunto trasferito ai partner e, al tempo stesso,

Giulio Morandini,
amministratore
delegato di RI

Antonio Riso,
amministratore
delegato di CDM
Tecoconsulting



riconoscerne le eccellenze, oltre che a valorizzarne le competenze, a cominciare dalle certificazioni.

Inoltre, aggiunge Delgrosso, HPE sta «lanciando una serie di servizi pre e post vendita che potranno essere integrati con quelli dei partner».

L'ecosistema farà ovviamente leva sugli Innovation Lab (potranno essere laboratori ad hoc e laboratori in modalità test), sul modello collaborativo che si appoggia alle funzioni consolidate (inside sales, account manager eccetera), sulla realizzazione di strumenti marketing e co-marketing, sul supporto specializzato, la realizzazione di workshop dedicati ai clienti, sempre con il focus sul territorio.

Non si stravolge il modo di lavorare, ma si potenzia la capacità di rispondere ai clienti: quando questi chiedono di fare delle prove non è più necessario spostarsi presso i "vecchi" demo center, ma possono realizzare le prove

direttamente presso i partner. Come accennato sono nove le regioni coperte, da Nord a Sud (Lombardia, Piemonte, Veneto, Trentino Alto Adige, Emilia Romagna, Toscana, Lazio, Campania, Puglia), ma l'obiettivo è aumentare il più possibile la capillarità.

Dai Silver ai Platinum, che esprimono soddisfazione

Il programma è rivolto ai partner dal livello Silver in su, anche se al momento quelli che sono più avanti sono esclusivamente i Platinum. Tra questi è evidente la soddisfazione verso questo modello e addirittura l'eccitazione per le opportunità che chi ha iniziato per primo ha già constatato.

R1, per esempio, ha già pianificato la realizzazione di un secondo Innovation Lab a Milano nel 2017 e, più avanti, di un altro lab a Perugia, che si aggiungeranno a quello di Roma, come ci spiega l'am-

ministratore delegato Giulio Morandini, sottolineando che a questi investimenti si aggiungono quelli per «formare tutte le risorse e le competenze tecniche sulle strutture iperconvergenti». L'idea è quella di sfruttare

al massimo la sinergia tra i centri, in modo da avere a disposizione tutte le tecnologie HPE e poter utilizzare i Lab per testare le soluzioni con i clienti e anche per organizzare momenti di condivisione con i prospect, facendo leva sulle potenzialità marketing delle strutture.

Dal canto suo, Antonio Riso, amministratore delegato di CDM Tecoconsulting, mette l'accento sulle potenzialità delle infrastrutture anche a supporto delle soluzioni applicative realizzate dall'azienda di Parma, quali ERP, CAD, PLM e Business Intelligence. «La disponibilità di tutte le tecnologie HPE ci consente di far "toccare con mano" la soluzione nella sua interezza».

Un aspetto importante, in particolare per la clientela di CDM, composta in massima parte da medie imprese nel settore

manifatturiero. Per esempio, per applicazioni come la VDI (la remotizzazione di pc virtuali) poter mostrare non una demo teorica, ma una dimo-

strazione reale della soluzione fa la differenza, spiega Riso. Lo stesso vale per lo sviluppo di soluzioni IoT, dove è necessario confrontarsi con la

gestione dei sensori e sull'acquisizione ed elaborazione dati, che viene poi realizzata con la tecnologia HPE. Esigenze analoghe sono quel-

le di ACS, che pure realizza soluzioni e applicativi. ❖

La collaborazione ha l'obiettivo di estendere l'adozione da parte delle aziende di servizi dati e applicazioni containerizzate all'interno di ambienti IT ibridi

di **Giuseppe Saccardi**

HPE ANNUNCIA UN RESELLER AGREEMENT CON MESOSPHERE

Hewlett Packard Enterprise (HPE) ha annunciato la firma di un accordo OEM e di rivendita con Mesosphere per supportare i clienti nel trasformare e modernizzare i propri data center con soluzioni di IT ibrido che abbracciano infrastrutture tradizionali e servizi cloud privati, pubblici e gestiti.

Con il nuovo accordo, HPE diventa quindi un fornitore di soluzioni di classe enterprise Mesosphere a livello mondiale.

In pratica, HPE metterà a punto e fornirà soluzioni infrastrutturali comprensive di servizi tecnologici, server e storage appositamente stu-

diati per Mesosphere DC/OS, una piattaforma open source costruita su Apache Mesos per lo sviluppo, l'installazione e l'estensione delle tecnologie su cui si basano le applicazioni moderne.

Ai fini commerciali e di mercato l'accordo con Mesosphere rappresenta una nuova tappa nel percorso di HPE verso l'espansione della propria posizione sul mercato nel segmento dei container per aiutare i clienti enterprise a



Stefano Venturi, Corporate vice presidente e amministratore delegato di Gruppo Hewlett Packard Enterprise Italia

sfruttare a pieno i vantaggi e la flessibilità che l'IT ibrido può fornire per quanto concerne ad esempio performance ottimizzate e un più rapido time-to-market dei servizi.

«Combinando la tecnologia Mesosphere DC/OS con le infrastrutture e i servizi per i quali deteniamo una leadership indiscussa, possiamo permettere ai nostri clienti di sfruttare più facilmente l'ibrido IT per far girare, installare e gestire i moderni ambienti enterprise distribuiti con maggiore efficienza», ha commentato Peter Schradly, senior vice president, SMB and Enterprise Server Solutions di HPE.

HPE e Mesosphere collaborano anche su altre aree. Tra queste:

Server: Disponibilità iniziale su server HPE ProLiant con i

sistemi operativi Linux supportati da Mesosphere. In futuro, ampliamento a server dotati di altri sistemi operativi supportati da Mesosphere e certificati da HPE.

Storage: Nuove architetture di riferimento e integrazioni di piattaforma per risolvere le esigenze di persistenza dei dati delle applicazioni containerizzate su DC/OS.

Supporto e servizi: Supporto a livello mondiale di Mesosphere e dell'infrastruttura sottostante a cura di un unico partner IT globale mediante l'HPE Foundation Care.

Servizi di consulenza: HPE Cloud Native Container Service for Mesosphere è progettato per aiutare i clienti a velocizzare i tempi di delivery dei servizi applicativi riducendo i costi e le sfide dell'adozione delle strategie di container più moderne. Il servizio viene erogato in tre fasi: rilevamento, design e deployment. ❖

All'Oracle Partner Day 2017 premiati i 6 partner migliori. Illustrate le strategie d'offerta per promuovere la vendita di IaaS, PaaS e SaaS.

ORACLE PREMIA I PARTNER E LI SPINGE SEMPRE PIÙ VERSO IL CLOUD

È chiaramente il cloud il fulcro strategico che Oracle mette a disposizione del canale trade. Tutto il programma dell'Oracle Partner Day, con lo slogan "Rise", "crescere", sottolinea le opportunità nella vendita delle soluzioni cloud.

Jean- Marc Gottero, vice president Emea Oracle Digital & Cloud Partner GTM, sottolinea i tassi di crescita dei servizi IaaS e pungola la platea evidenziando che le offerte PaaS e SaaS sono ancora troppo trascurate dai partner, soprattutto considerando l'installato legacy o semplicemente on premise, che potrebbe migrare al cloud.

Eric Fontaine, vice president Alliance & Channel Western Europe, evidenzia anche le opportunità per i partner che operano all'estero, sul fronte dell'internazionalizzazione.

Dopo aver annunciato le novità del marketing e, in particolare, delle strategie social sulle quali Oracle punta per "l'engagement" di partner e clienti, i manager sottolineano la possibilità di pubblicare

in cloud le loro applicazioni e soluzioni, affinché siano proposte dalla comunità.

Veniamo infine alle premiazioni dei sei vincitori italiani, che mettono appunto al centro il cloud. «Con gli Oracle Partner Award vogliamo premiare le aziende che hanno giocato un ruolo fondamentale e si sono distinte nel far leva sull'intera offerta cloud di Oracle, fattore distintivo e abilitante per sostenere le aziende nel percorso di trasformazione digitale», spiega Fabio Spoletini, Country Manager di Oracle Italia, aggiungendo: «Ci fa molto piacere che i vincitori siano tutte aziende di primissimo livello nel panorama del mercato digitale italiano. Sono partner che hanno sposato la strate-

gia Oracle investendo in formazione e sviluppo, portando sul mercato un approccio innovativo ma soprattutto ottenendo risultati in diversi settori di mercato».

Spoletini poi evidenzia: «Oggi tut-



Jean- Marc Gottero, vice president Emea Oracle
Emea Oracle Digital & Cloud Partner GTM

di **Gaetano Di Blasio**

te le soluzioni tecnologiche Oracle sono anche in cloud. Una proposizione unica e completa su tutti i fronti, infrastrutturale, tecnologico e applicativo. Non esiste altra organizzazione al mondo che abbia una piattaforma cloud così completa. I nostri partner lo hanno compreso».

I premi assegnati

Di seguito, i partner vincitori nelle sei categorie :

Categoria Cloud Infrastructure: vincitore Gruppo R1, partner storico di Oracle, che ha saputo ampliare la propria visione strategica focalizzandosi sulla piattaforma Oracle Cloud per proporre nuovi modelli di integrazione per soluzioni di cloud ibrido. Nel corso del 2016, ha anticipato investimenti per la creazione di un nuovo centro di competenza a Perugia dedicato alle tecnologie Oracle Cloud. Gli sforzi sono stati ripagati da opportunità completate con successo in diversi settori di mercato tra cui PA, energia, moda, finanze e testimoniano il ruolo che R1 ha nel contribuire allo sviluppo del business dei propri interlocutori attraverso l'utilizzo della tecnologia e la proposizione delle soluzioni legate alle competenze sul Cloud di Oracle.

Categoria: ERP Cloud: vin-

citore KPMG Advisory, da anni focalizzato sull'offerta applicativa Oracle E-Business Suite, KPMG ha ampliato la propria visione strategica e, focalizzandosi sul Cloud Applicativo, ha rafforzato la partnership con Oracle in ambito ERP. In particolare, facendo leva su Oracle SaaS ha costruito e implementato con successo un'offerta di Oracle ERP Cloud "a pacchetto" affiancandola con un modello di servizio differenziante. La proposizione Oracle SaaS, oltre all'ERP, si è estesa alle soluzioni Oracle EPM e HCM su cloud sviluppando una propria metodologia per l'analisi e la trasformazione dei processi di adozione e implementazione.

Categoria Engineered Systems: vincitore TAI Software Solutions, partner storico di Oracle su molti fronti ma con una forte focalizzazione sulla proposizione e vendita dei sistemi ingegnerizzati nel mondo bancario. Nel corso dell'anno fiscale ha allargato il focus dell'offerta affiancando la proposizione IaaS/PaaS Oracle ai sistemi ingegnerizzati Oracle. In questo ambito particolare, da rilevare l'opportunità vinta con un noto istituto bancario dove, facendo leva sulla proposta di aggiornamento per sistemi Oracle Exadata già installati,



ha saputo cogliere l'opportunità riuscendo a introdurre soluzioni Oracle IaaS e PaaS.

Categoria IaaS Cloud Transformation: vincitore Red Reply, azienda parte del gruppo Reply, che tra i primi ha seguito la strategia e l'evoluzione dell'offerta Cloud di Oracle. Il Gruppo Reply ha saputo anticipare investimenti per la creazione di centri di competenza e best practice legati all'offerta Oracle. Red Reply è l'azienda focalizzata sull'offerta Oracle IaaS e PaaS e fin da subito ha saputo disegnare soluzioni e creare servizi innovativi di trasformazione per risolvere le sfide di business dei clienti.

Categoria PaaS Cloud Transformation: vincitore Sopra Steria, da anni focalizzata sull'offerta applicativa e tecnologica Oracle, Sopra Steria ha perseguito da subito la strategia Oracle Cloud realizzando investimenti in ambito PaaS & IaaS Cloud Service. In particolare, oltre ad aumentare il livello di competenze Cloud dei propri consulenti, grazie a una specifica formazione, ha sviluppato

forti competenze interne in ambito sia Cloud Integration Solution (PaaS), sia Computing Solution (IaaS) che costituiscono le basi fondamentali per la Cloud Transformation. I risultati non hanno tardato ad arrivare come dimostrano i progetti implementati presso primarie società del settore industriale.

Categoria CX Cloud: vincitore Accenture, partner strategico di Oracle a livello mondiale, che si è distinta per iniziative internazionali e locali. Tra queste la creazione dell'Accenture Oracle Business Group, il primo gruppo di lavoro congiunto focalizzato sulla trasformazione digitale dei processi dei clienti tramite le soluzioni Oracle SaaS, e gli investimenti congiunti Oracle e Accenture finalizzati a offrire alle aziende la possibilità di sperimentare e rendere sicura l'evoluzione in cloud con tecnologie Oracle CX. Facendo leva su tali iniziative sono state avviate collaborazioni di rilievo e conseguiti successi significativi in progetti CX Cloud presso importanti clienti multinazionali. ❖

Nominato responsabile del Canale Adolfo dell'Erba, che illustra le novità incentrate sulla semplificazione. Introdotto il nuovo livello Titanium Black, cui si accede su invito. Rebate fino al 20%

di **Gaetano Di Blasio**

DELL EMC ANNUNCIA IL NUOVO PROGRAMMA PER I PARTNER

È Adolfo Dell'Erba ad assumere la carica di responsabile del canale della nuova Dell Emc e ad annunciare le novità di un programma studiato per «semplificare e rendere più vantaggioso lavorare con la nuova realtà», come sottolinea più volte il manager italiano, evidenziando le opportunità per i partner che in precedenza lavoravano con solo Dell o solo Emc.

La semplificazione nasce dalla collaborazione messa in atto: «Sono mesi che giriamo per conoscere i partner e sviluppare il programma in base alle loro richieste, in modo che sia semplice, prevedibile e profittevole, mantenendo il meglio dei programmi precedenti», spiega ancora Dell'Erba.

Protezione dei deal e meccanismi per aumentare i profitti sono due tra i punti più «voluti».

In particolare, grandi opportunità si aprono a chi investe in Dell Emc. È stato creato un nuovo livello, chiamato Titanium, che si posiziona sopra i Platinum e i Gold, ma prevede anche uno status speciale, chiamato Titanium Black, cui si accede, esclusivamente su invito, ed è stato creato per rafforzare il rapporto con quei partner che sono storicamente ed estremamente allineati con Dell Emc. Il nuovo corso mantiene il meglio dei precedenti programmi Dell ed Emc per premiare i partner che gestiscono l'intero portafoglio, servizi compresi, che accrescono il business e raggiun-

gono nuovi clienti. I livelli del programma e il nuovo status speciale sono stati pensati per offrire maggiori opportunità e generare profitti. Quindi include un sistema per la registrazione dei deal e una «politica di tolleranza zero» per la gestione dei conflitti. Tornando al profitto, il programma prevede 4 «pilastri» per arrivare ad aumentare il rebate, come ci spiega Dell'Erba. Si parte dalla percentuale sulla semplice vendita, cui è possibile aggiungere un ulteriore ritorno se si porta nuovo business e altri punti percentuali sono previsti per la vendita di servizi, in particolare la consulenza. «Qualche vincolo, ma con la possibilità di arrivare anche al 20%», strizza l'occhio il channel manager.

L'obiettivo è quello di potenziare al massimo l'ecosistema necessario per affrontare le sfide di un mercato molto dinamico. Al riguardo John Byrne, President, Global Channel di Dell Emc, dichiara: «livello globale il business sta cambiando rapidamente e sempre più clienti hanno

Adolfo Dell'Erba, responsabile del canale di Dell Emc in Italia



come priorità gli investimenti per la trasformazione digitale. Dell Emc e i partner si trovano nella particolare posizione di poter aiutare i clienti in questo percorso evolutivo».

Byrne aggiunge poi: «Dell Emc offre grandi opportunità ai propri partner attraverso un innovativo portafoglio di prodotti leader di mercato, servizi e soluzioni all'avanguardia e ora, con Dell Emc Partner Program, eroga anche il supporto e le iniziative per valorizzare l'eccellenza dei partner stessi».

Michael Collins, Senior Vice President, Channel, Dell Emc EMEA, dal canto proprio evidenzia: «Abbiamo ideato Dell Emc Partner Program affinché possa essere il programma più interessante dell'intero settore. Forniamo i mezzi e le opportunità unitamente al riconoscimento e la profittabilità che i nostri partner desiderano e si meritano. Siamo totalmente a fianco dei nostri partner e direttamente coinvolti nel loro successo».

I nuovi livelli del programma sono stati sviluppati per differenziare i partner Dell Emc dai concorrenti e stabilire un chiaro percorso di crescita all'interno dell'iniziativa, evidenziano ancora presso Dell Emc. Entro il 27 febbraio è previsto che le valutazioni in corso terminino e a ciascun

partner sia assegnato un livello adeguato.

Il programma comprende comunque l'intero ecosistema Dell Emc, tra cui i solution provider, i cloud service provider, gli outsourcer strategici, i partner OEM, i system integrator e i distributori. Prevede specifici vantaggi e incentivi per particolari tipologie di

partner e di livello raggiunto nel programma.

Come parte della strategia, è incluso anche il programma di brand "Powered by Dell Emc" per le imprese che incorporano le tecnologie Dell Emc all'interno dell'offerta.

Nel frattempo si sta anche lavorando agli accordi con i distributori, che restano un

elemento chiave per aiutare i partner a soddisfare i propri clienti, e Dell Emc è decisa a investire per accrescerne il business. Quelli globali sono Tech Data, Arrow, Ingram Micro e Avnet (quest'ultima considerata ancora a parte fin quando non sarà ufficializzata e completata la fusione con Tech Data. ❖

Una practice per soluzioni ingegnerizzate

SI AMPLIA IL PROGRAMMA CLOUD DI DELL EMC

di **Giuseppe Saccardi**

Nel quadro di una maggiore focalizzazione sui service provider, a partire da quelli che si occupano di comunicazione fino ai consumer webtech provider, e dai fornitori di cloud pubblico a quelli specializzati per verticali, Dell Emc ha annunciato un ampliamento del proprio Partner Program e un nuovo approccio per quanto concerne le soluzioni.

L'obiettivo, a fronte di una realtà di mercato che vede sempre più aziende riorientare i propri investimenti nell'IT per abilitare una efficace trasformazione digitale, è di permettere ai service provider di diventare più competitivi, acquisendo una maggiore agilità, la capacità di proporre velocemente i servizi, il miglioramento della soddisfazione dei clienti e una differenziazione dei servizi offerti al mercato. Nello specifico, ha evidenziato l'azienda, il Cloud Service Provider track per i partner per il 2017 prevede un aumento delle risorse destinate per il go-to-market. I partner che prenderanno parte al programma, potranno creare servizi cloud differenziati, in modo da

velocizzarne l'immissione sul mercato e il conseguente ritorno dell'investimento.

Ma non è tutto, ha illustrato la società. Per completare il programma dedicato ai partner, sta anche investendo nello sviluppo di una "practice", un approccio globale alla ingegnerizzazione delle soluzioni che ne faciliti lo sviluppo e il loro adattamento da parte dei service provider alle specifiche esigenze e mercati. La practice si concentrerà inizialmente su soluzioni di network function virtualization (NFV) specificatamente per i fornitori di servizi di comunicazione.

Il Cloud Service Provider track è un programma già attivo all'interno del Dell Emc Partner Program 2017 e punta anche ad accrescere il numero dei partner, al momento 300 a livello mondiale. Dell Emc Partner Portal, ha osservato l'azienda, è il punto di accesso per tutte le attività, per i benefit e i servizi legati ai partner. La disponibilità dei sistemi Dell Emc validati per i service provider è prevista nella primavera del 2017. ❖



Fai un'offerta per una nuova ambulanza.

Servizio emergenza/urgenza 118 - auto medica - trasporto ammalati - trasporto organi - corsi di formazione di primo soccorso per aziende e per la popolazione - stazionamento ad eventi di massa - spettacoli e manifestazioni sportive - 37 sezioni in tutta la Lombardia - 100 anni storia.

Questo è quello che possiamo offrirti, tutti i giorni 365 giorni all'anno. Adesso tocca a te.

DONACI IL TUO 5 x mille: C.F. 03428670156, oppure puoi fare una donazione detraibile
(IBAN It43u0326801603000866949890)

Visita www.crocebianca.org e scoprirai come poterci aiutare.

Continua la crescita nel segmento enterprise di Veeam, ma con un'attenzione crescente al cloud cper consentire ai partner di incrementare fatturato e margini

di **Giuseppe Saccardi**

UN PARTNER SUMMIT VEEAM CENTRATO SUL CLOUD

In occasione del partner summit Veeam ha fatto il punto con i propri partner di canale sul mercato della availability e sulle strategie attuabili per far fronte alle esigenze delle aziende, esplorando allo stesso tempo gli spazi di nuovo business che si aprono per i partner che sappiano sfruttare i nuovi trend tecnologici. Il cloud, ha anticipato la società, è uno dei punti salienti e uno degli aspetti su cui si propone di focalizzare l'attenzione di un canale alla continua ricerca di nuovi spazi di mercato e di margini.

«Dopo anni che si parla di cloud finalmente nel 2016 numerose aziende, al di là dell'interesse potenziale espresso, hanno finalmente fatto acquisti di soluzioni e servizi fruiti via cloud. È un concreto spazio di mercato che finalmente si apre e il nostro obiettivo è di far capitalizzare ai nostri business partner le competenze che

già hanno nella tematica specifica che ci riguarda, che è quella della Availability. Per renderlo possibile e rapido il nostro approccio consiste nel dare ai partner la possibilità di integrare l'offerta che loro già hanno di protezione on-premise dei loro clienti con tasselli aggiuntivi basati sul cloud. Non si tratta quindi di una sostituzione di un'offerta con un'altra ma di una valorizzazione ulteriore in modo incrementale di quella già esistente basata sui nostri prodotti», ha spiegato Lara Del Pin, Channel Manager di Veeam.

Quello del cloud è un segmento in forte espansione e a maggior tasso di crescita che al canale di Veeam può offrire due diversi tipi di opportunità, ha evidenziato la società. La prima opportunità è costituita dal business diretto che può favorire proponendo e vendendo servizi di business continuity, availability o backup forniti tramite cloud.

La seconda è indiretta perché il cloud rende completa un'offerta e la cosa è vista positivamente dai clienti quando devono scegliere a chi rivolgersi per una soluzione di Availability, anche se inizialmente esclusivamente on-premise e di tipo convenzionale.

«Oltre alla tecnologia, che è primariamente la nostra core di backup e replication, tramite le nostre soluzioni nel cloud i nostri partner possono quindi offrire servizi addizionali fonti di ulteriori revenue. Quello che suggeriamo è però di partire dall'esistente e dell'on-premise e di prevedere una serie di step che

affianchi il cloud alle piattaforme, nostre o di terzi, già presenti. Il passaggio al cloud non deve essere di tipo go oppure no go, ma realizzato costruendo assieme al cliente un percorso che da quanto in essere porti al cloud o lo integri nelle proprie infrastrutture dando origine a una soluzione ibrida ottimale», osserva Lara Del Pin.

Ma non si tratta solo di disporre di soluzioni. Per favorire la diffusione del cloud e l'interesse dei partner Veeam opera anche su altri piani. Uno è quello della formazione, anche in termini di modalità di proposizione commerciale, mentre un secondo prevede un investimento fatto direttamente da Veeam che si concretizza in una agevolazione economica per i clienti che ne adottano le soluzioni cloud in modo da permettere loro di verificarne in field la validità e aprire successivi spazi di fornitura di servizi cloud per i partner. ❖



Lara Del Pin, Channel Manager di Veeam

Il management Emea presenta la nuova struttura dopo il completamento dello spin off di Emerson Network Power. Al centro le eccellenze italiane. Rosee le previsioni di crescita nei settori emergenti

di **Gaetano Di Blasio**

VERTIV, IL CUORE DI UNA STARTUP E LE BRACCIA DI UN VETERANO

Giordano Albertazzi, presidente Europe Middle East e Africa di Vertiv, per presentare la nuova azienda nata dallo spin off di Emerson Network Power da Emerson ha scelto l'Italia, non perché sia italiano (anche l'accento ne denuncia la lunga residenza a Londra), ma perché in Italia sono stanziati risorse e strutture importanti, che ne fanno la principale country europea sia per mercato sia, soprattutto, per progettazione e produzione.

Nel nostro Paese si trovano 2 dei 4 customer center Emea. A Castel Guelfo, vicino Bologna e a Piove di Sacco, vicino Padova, «non v'è giorno che non ci si trovino gruppi di clienti e partner provenienti da più parti della region che

progettano o fanno test», evidenza con orgoglio Antonio Carnassale, country manager di Vertiv Italia.

Sembra superata, dunque, la crisi che aveva portato a considerare dei licenziamenti nel 2014 e il nuovo assetto, con il passaggio a un capitale privato, mette al riparo dalle oscillazioni di borsa donando maggiore flessibilità.

La nuova Vertiv al futuro guarda con entusiasmo (sceglie proprio questo termine Albertazzi) perché la separazione da Emerson porta grandi vantaggi, a cominciare da un maggior dinamismo e la già citata flessibilità, che significa, per esempio garantire la possibilità d'investire dove occorre per supportare un cliente in un'espansione

internazionale. Sono, afferma Albertazzi, elementi necessari per competere in un settore affollato di concorrenti e caratterizzato da clienti molto esigenti, a partire dalle principali telco, i cloud provider, le utility e imprese del settore energy & oil, tra i quali Vertiv conta clienti come America Movil, Apple, AT&T, China Mobile, Ericsson, Facebook, Microsoft, Verizon, elencati in rigoroso ordine alfabetico.

Se queste referenze dimostrano la forza di Vertiv, la crescita prevista per il mercato in cui opera la "nuova" azienda, sembra promettere le opportunità normalmente riservate alle startup che si affacciano su nuovi comparti. Non più principalmente operatori di telecomunicazioni o grandi provider, ma anche l'industria, che sta lanciandosi nell'avventura della digitalizzazione. Dall'Industry 4.0 all'IoT il passo, poi, è breve. Inoltre, i responsabili di Vertiv hanno identificato altre tendenze che portano a rivitalizzare il mercato. Una delle principali parte dallo sviluppo del cloud, che in Italia è e sarà

Scarica il
rapporto sui costi
di un data center



Giordano Albertazzi,
presidente Europe Middle
East e Africa di Vertiv

Antonio Carnassale, country
manager di Vertiv Italia



per i prossimi tre o cinque anni, ritiene Carnassale, ibrido, favorendo la realizzazione di piccoli data center locali.

Ma il cloud significa anche nuove architetture, come quelle che devono supportare applicazioni fruite as a service, eliminando la latenza, oppure, semplicemente devono sostenere la densità delle macchine chiamate a gestire maggiori carichi di lavoro e traffico, con tutte le ripercussioni in tema di power e cooling.

A questo si aggiunge la velocità di crescita del cloud, che sta sostenendo il business dei data center prefabbricati, ospitati nei container.

Altra tendenza importante riguarda il rinnovamento delle infrastrutture in nome della sostenibilità. Questa va a braccetto con il bisogno di ottimizzare i consumi energetici, mantenendo la capacità di servire e supportare le infrastrutture in funzione delle esigenze, come, in ambito informatico, la gestione dei workload, l'analisi dei picchi e così via.

Anche la ricerca e l'innovazione nell'ambito delle bat-

terie, con l'abbassamento dei costi per quelle agli ioni di litio, apre nuovi scenari per gli operatori che cercano di ridurre l'ingombro, il peso e i costi totali delle tradizionali batterie al piombo-acido regolate da valvole (VRLA).

Altresì l'ambito della sicurezza informatica sta portando cambiamenti nei data center, il che non sorprende, considerando che il dato è l'obiettivo finale del cyber criminale. Lo studio "Cost of Data Center Outages" effettuato nel 2016 da Ponemon Institute e sponsorizzato da Emerson Network Power, ha rivelato che il 22% delle interruzioni dell'attività dei data center prese in esame è rappresen-

tato da cyber attacchi.

Vertiv è già pronta per le sfide dei nuovi mercati, del resto c'è voluto un anno per la separazione. Se è vero che Emerson forniva a Emerson Network Power alcuni componenti attraverso un canale privilegiato, che adesso si chiude, Albertazzi evidenzia che il rapporto commerciale non s'interrompe e, d'altro canto, si aprono nuove relazioni con altri fornitori.

In pratica è stato possibile "espianare" la catena del valore di Emerson Network Power senza snaturarla, creando Vertiv.

Anche sul fronte del brand, spiega il manager Emea, la forza era nei tanti marchi che sono sempre stati valorizzati, come Asco, Chloride, Liebert, NetSure o Trellis e altri ancora. Marchi che restano, con Vertiv che fa semplicemente da cappello per tutti.

Importante anche la presenza sul territorio: complessivamente in Emea si contano 9 strutture produttive e di assemblaggio su 28 in totale. Altro punto di forza che resta in eredità a Vertiv è la corposa struttura di servizi, fondamentale per competenze tecnologiche messe a disposizione di clienti e partner. In Emea ci sono 600 tecnici, di cui 100 altamente specializzati.

Tutto questo giustifica l'en-

tusiasmo di Albertazzi e delle persone di Vertiv, che si sentono più vicine di prima ai clienti, potendone supportare meglio lo sviluppo innovativo, soprattutto grazie alle proprie capacità di progettazione per la creazione di infrastrutture, prodotti e servizi che «rafforzano il modello di business dei nostri clienti», afferma Albertazzi.

È bene sottolineare che queste oltre a non essere improvvisate, come è ovvio, sono, all'opposto, pianificate attraverso una costante attività di formazione attraverso le academy distribuite sul territorio nazionale.

Per il canale cambia poco, ma si sviluppa il mercato edge

L'education è rivolta anche al canale, per il quale al momento non risultano esserci grandi novità, se non nel segno della continuità da Emerson Network Power a Vertiv. Lo sviluppo del mercato precedentemente descritto, però, apre molte opportunità per i partner, soprattutto «sul nuovissimo e in buona parte sconosciuto fronte edge, cioè quella periferia che a volte è "semplicemente" il punto d'ingresso al cloud del data center, ma che arriva all'IoT e alle applicazioni che ancora devono essere inventate. ❖

In 400 alla convention per il canale. Lo sbarco negli Usa, l'ampliamento dell'organico R&D, lo sviluppo delle integrazioni, l'attenzione alle esigenze dei clienti

WILDIX CRESCE IN ITALIA E NEL MONDO INSIEME AI PARTNER

È facile immaginare la soddisfazione di Stefano Osler, Ceo di Wildix, quando, nell'aprire la convention dedicata ai partner, ha mostrato i dati economici del 2016 tutti positivi. Ma alla soddisfazione deve essersi aggiunto anche il piacere di parlare a una platea cui va il merito di tali risultati. Infatti, sottolinea Cristiano Bellumat, direttore commerciale di Wildix, questo successo è stato determinato proprio dai partner: «Ce ne sono di nuovi, ma sono soprattutto i nostri partner storici che ci seguono dal 2008 a essere cresciuti e a farci quindi crescere fino a raggiungere un fatturato di 4,8 milioni di euro».

Più precisamente, la crescita complessiva è stata del 32%, con l'Italia che registra un più 18%. Bene anche le altre country con il compiacimento

di una Francia che, grazie a una crescita del 47%, contribuisce a generare il 25% delle vendite totali, e quello della Germania, dove Wildix si è dedicata allo scouting più che a guardare il fatturato e dove si è ingranata la marcia aggiungendo 48 nuovi partner.

Soddisfazione ma anche l'orgoglio di aprire una filiale in Usa, dove a Columbus (Ohio) il country manager nominato a settembre, Robert Cooper, da anni nel settore, insieme a un responsabile tecnico è già al lavoro per costruire il canale locale. L'operazione è strategica, in quanto gli Usa sono il principale mercato ICT e una filiale statunitense per un'impresa europea è un segnale importante che rappresenta "l'ingresso" nella glo-

balizzazione, afferma Bellumat che aggiunge: «Wildix dovrà superare l'iter della compliance alle normative locali e potrà affrontare il mercato americano, contando su una tecnologia all'avanguardia e una visione strategica adeguata, come ci hanno confermato i consulenti di Gartner, che ci hanno trasferito opportune linee guida». La compliance riguarda anche alcuni aspetti tecnici, ma ciò non spaventa Wildix, che ha già ampliato l'organico di ricerca e sviluppo, inserendo nuove figure chiave per sviluppare alcuni elementi tecnologici importanti. Per esempio sul fronte WebRTC e quello delle app. «Siamo stati i primi a introdurre il WebRTC nella suite di Unified Communication e Collaboration», ricorda Bellumat sottolineando che la presenza di oltre 400 persone alla Convention di Wildix rappresenta la più grande platea di esperti e persone focalizzate sull'Unified Communication e Collaboration.

Cristiano Bellumat, direttore commerciale di Wildix
Stefano Osler, Ceo di Wildix
Dimitri Osler, CTO di Wildix

di **Gaetano Di Blasio**





La sede di Wildix a Trento

Integrazioni, WebRTC e cloud al centro dell'innovazione

Le novità tecnologiche realizzate nel 2016 e quelle previste per il 2017 sono state illustrate dal CTO Dimitri Osler, mettendo in primo piano: integrazioni, WebRTC e cloud. Particolarmente strategico il tema delle integrazioni. Dimitri, infatti, spiega che già nell'immediato futuro, il sistema di comunicazione non può essere "isolato", ma deve inserirsi pienamente nei processi produttivi e in quelli di business.

Wildix da subito ha lavorato con diversi partner per integrare soluzioni congiunte e per spingere i propri partner a farlo. Numerosi gli alleati tecnologici direttamente

presenti alla convention: 2N, Jabra, Plantronics, Sennheiser, BTicino, Mobotix, Tema, VoipVoice, KPNQWest Italia, Messagenet, b.com, VTECRM, StarSystem IT, Telenia Software, Ellysse, Schrack, TDA Informatica, Zendesk, Radar Clienti, TWT, WiFi Hotel, WayCom, Alpha Tech, Fastweb. Oltre che con questi Wildix integra servizi quali click-to-call, presence, chat con applicativi come Office 365, Google, Citrix, Kuando, Zendesk, Outlook, IBM Notes and Domino.

Formazione e la consulenza Gartner a sostegno dei partner

Per supportare la crescita dei partner, in Wildix hanno lanciato due nuovi corsi di formazione, rivolti rispettivamente

ai commerciali e ai tecnici, affinché possano svilupparsi dei team per essere più efficaci sul mercato, ci spiega Bellumat. Su questo fronte interviene anche la collaborazione con Gartner, che fornisce un quadro completo delle tecnologie sul mercato. Si tratta di un supporto importante che aiuta sia il management della società, nell'affinare la visione strategica, sia i singoli partner che possono focalizzare meglio gli sforzi sul business della Unified Communication e Collaboration.

L'obiettivo è una formazione molto concreta resa facilmente fruibile, che consideri i diversi mercati di riferimento: è infatti diverso l'approccio che deve impiegare un partner Platinum, tipicamente alle prese con medie e grandi imprese, rispetto ai partner più piccoli.

Per un'azione più incisiva, in Wildix hanno dunque scelto di concentrare queste attività innanzitutto sui Platinum, che hanno una struttura più com-

plexa e maggiori esigenze. In ogni caso, tiene a sottolineare Bellumat, in Wildix è «fondamentale l'attività di ascolto dei nostri partner, che a loro volta ascoltano i propri clienti, perché non è possibile essere orgogliosi, anche se fossimo più grandi ancora. È fondamentale capire cosa serve al mercato».

Un'operazione d'ascolto che viene tradotta in best practice e condivisa via Web.

Le opportunità dal cloud alla PA

Il business legato alla distribuzione in cloud dei centralini e della Unified Communication è cresciuto rapidamente dopo il lancio dello scorso anno e le attività di formazione dedicate. È il mercato il primo a essere interessato, in particolare presso le imprese che stanno spostandosi sempre più verso l'acquisto di servizi, applicazioni e soluzioni "as a service". «Per diversi dei nostri partner significa poter entrare in nuovi mercati». Un'ulteriore opportunità è rappresentata dalla Pubblica Amministrazione: anche qui un mercato che si apre, grazie alla gara vinta nel 2016 in collaborazione con Vodafone e Vitrociset. ❖



CON BROTHER PER PORTARE INNOVAZIONE A PICCOLE E MEDIE IMPRESE

Una Business Academy in Italia che sia luogo d'incontro, formazione e scambio, per aiutare i partner a diventare "semplificatori verso la trasformazione digitale"

di **Gaetano Di Blasio**

Brother Italia ha iniziato il 2017 inaugurando la Brother Business Academy uno "strumento" di formazione e innovazione per rispondere alle esigenze del mercato e in particolare a quelle delle piccole e medie imprese, fedele alla propria storia.

Brother, nata in Giappone nel 1908 nel settore delle macchine per cucire industriali, nel tempo si è estesa a livello internazionale e ha ampliato l'offerta di

prodotti e servizi, tra cui i più noti comprendono stampanti, apparecchi multifunzione, fax, etichettatrici elettroniche e soluzioni di stampa mobile.

Proprio il concetto di soluzione rappresenta lo spirito innovativo che guida la ricerca e sviluppo di Brother, impegnata nella realizzazione di sistemi hardware e software, che mette a disposizione dei partner affinché possano supportare al meglio il business dei propri clienti, migliorandone e arricchendo i processi grazie all'innovazione.

Ne sono un esempio le soluzioni per il lavoro in mobilità con le stampanti e gli scanner mobile, come pure la recente gamma ADS di scanner di rete con funzionalità avanzate, nonché il lancio della conferenza Web e l'interesse di Brother verso il settore del software di gestione di stampa: significative manifestazioni della strategia aziendale per il 2017.

Al centro della strategia i partner di Brother che potranno valorizzare ancora meglio i prodotti e le soluzioni del vendor grazie alla nascita della Brother Business Academy, situata nella cornice del Segreen Business Park a Milano San Felice, non lontano dall'Idroscalo e dall'aeroporto di Linate, alla periferia est della città.

Immersa nel verde, e progettata secondo i più elevati standard internazionali di architettura e ingegneria, la Brother



Uno degli spazi della Brother Business Academy di Milano

Business Academy è uno spazio tecnologico, ampio e funzionale, che nasce per rispondere alle crescenti esigenze di business delle Pmi.

Per essere vicine a queste ultime, come declama il motto "at your side", Brother intende stimolare i partner affinché siano non solo portavoce dei valori aziendali, ma anche incaricati di condividere le profonde competenze aziendali in ambito printing.

La Brother Business Academy, spiega presso la società, nasce per rendere questo know how ancora più distintivo e qualificato.

In altre parole, per essere un luogo d'incontro, formazione e scambio: un luogo dove «l'interazione, la tecnologia e l'impegno costante nello sviluppo di prodotti sempre più performanti, si combinano, in modo che i partner abbiano la possibilità di acquisire tutte quelle competenze e conoscenze per affiancarsi alle Pmi nel ruolo di semplificatori verso la trasformazione digitale», spiegano presso Brother. I responsabili italiani, infatti, riconoscono che i partner ricoprono un ruolo fondamentale nell'attuale processo di busi-

ness, poiché, attraverso un supporto ad hoc e una consulenza personalizzata, i partner consentono alle Pmi, non solo di ottimizzare e personalizzare gli strumenti di printing, ma anche di sfruttare tutti i servizi innovativi che completano l'offerta di Brother sul mercato. Si tratta di applicazioni e prodotti dalle funzionalità di ultima generazione, Web based e cloud, che aumentano la produttività aziendale e di conseguenza fanno crescere il business, evidenziano ancora presso la sede italiana.

«Siamo orgogliosi dei nostri partner perché mettono tutto il loro impegno per fornire alle Pmi il migliore supporto possibile» commenta Lorenzo Matteoni, Senior Marketing manager di Brother Italia, che conclude: «Il progetto Brother Business Academy nasce anche per questo: perché riconosciamo il loro costante impegno e per supportare la loro formazione. La formazione è un elemento fondamentale per creare valore aggiunto e condiviso tra tutti gli attori del mercato: vendor, partner di canale e cliente finale». ❖

GLI SCANNER DI RETE ADS BROTHER CON FUNZIONALITÀ AVANZATE

Una nuova gamma di scanner progettati per aumentare la produttività dei dipendenti e l'efficienza aziendale nelle piccole e medie imprese



Brother ADS-3600W in azione

Brother, specialista nei prodotti ad alta tecnologia per l'ufficio, lancia una nuova generazione di scanner di rete dotati di funzionalità innovative progettate in base alle abitudini ed esigenze di scansione riscontrate presso le Pmi italiane.

Principali caratteristiche della nuova gamma di scanner sono la robustezza e la connettività di rete, inoltre, tutti i modelli (sono quattro: ADS-2400N, ADS-2800W, ADS-3000N e ADS-3600W) forniscono funzionalità di rete complete, che garantiscono

Sala conferenze alla Brother
Business Academy



maggior produttività, come evidenzia Lorenzo Matteoni, senior marketing manager di Brother Italia: «La possibilità di avere a disposizione una rete senza dover accedere da un pc centrale garantisce una migliore efficienza del flusso di lavoro e, naturalmente, elimina i costi associati alla necessità di installare software nei diversi reparti: tutti fattori importanti da considerare quando si calcola il costo totale di proprietà».

Matteoni poi aggiunge: «Dal 2012 quando Brother è entrata nel mercato degli scanner a funzione singola, abbiamo ampliato la nostra gamma costruendo il successo della nostra prima generazione di scanner ADS».

La scansione in rete, al fine di fornire un miglior utilizzo e per soddisfare l'esigenza di gestire le "informazioni in movimento", consente agli utenti di eseguire

la scansione direttamente dalla macchina verso più dispositivi, semplicemente premendo un tasto. In questo modo è più facile scansionare e immediatamente condividere i documenti fra team di lavoro e/o fra i vari reparti.

Altre funzionalità progettate per accelerare le operazioni di scansione e migliorare la produttività sono Secure Function Lock (Blocco Funzioni di Sicurezza) e Near Field Communication (NFC, disponibile nel modello ADS-3600W). In particolare, è possibile impostare profili personalizzati per i diversi tipi di lavoro e gli utenti possono essere autenticati per accedere allo scanner mediante NFC.

Altra caratteristica il touchscreen a colori da 9,3 centimetri programmabile (per ADS-2800W e ADS-3600W), che permette di pre-configurare, più rapidamente e con meno passaggi, le funzioni

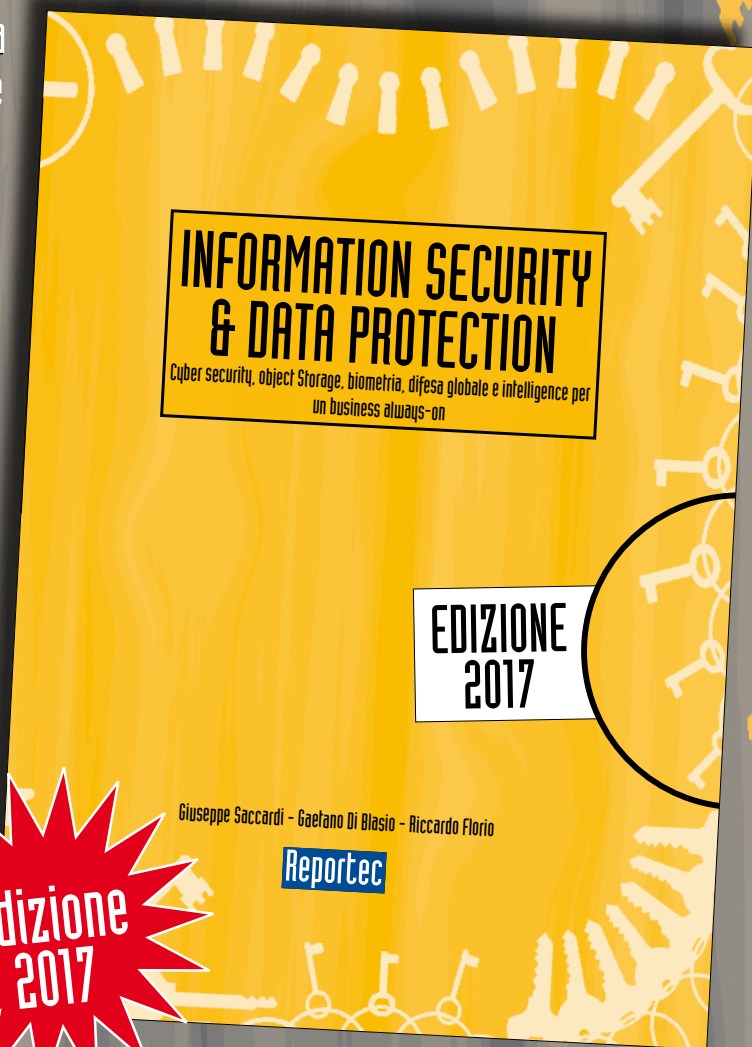
di scansione più utilizzate migliorando l'efficienza del flusso di lavoro. Va inoltre segnalato che questi scanner desktop dipartimentali possono gestire una vasta gamma di supporti: dai 40 ai 413 gsm per le grammature di carta e fino a 1,4 millimetri di spessore per le tessere di plastica in rilievo. Quindi adatte anche per la scansione di carte d'identità.

La gamma include la funzione "Advanced Image Processing", che consente di ottenere documenti puliti in modo che le informazioni possano essere acquisite accuratamente, senza dimenticare il vantaggio di avere un file di dimensioni ridotte pronto per la condivisione e un documento chiaro e leggibile.

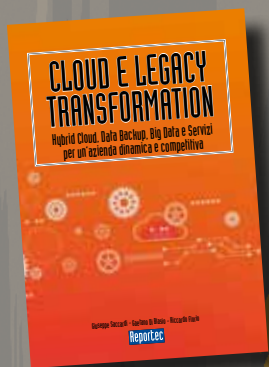
Tutti i modelli della nuova gamma sono compatibili con l'app iPrint&Scan di Brother per la scansione diretta dai dispositivi mobili. Infine, la nuova gamma è dotata di un'interfaccia nativa di Brother (BSI: Brother Solutions Interface) che consente agli sviluppatori di terze parti di progettare o integrare soluzioni personalizzate. ❖

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

In oltre 200 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
2017**



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

ABBONATI TI REGALIAMO LA SICUREZZA E IL CLOUD



DIRECTION

la rivista per i professionisti dell'ICT



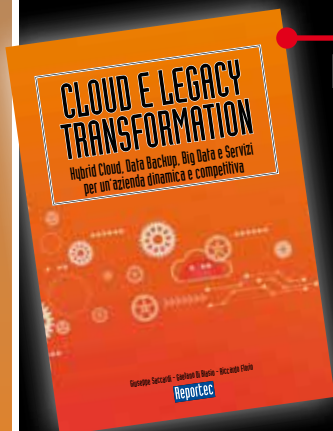
PARTNERS

la rivista per il Canale ICT a valore

**ABBONATI SUBITO A DIRECTION O PARTNERS
A SOLI 61 EURO**

**RICEVERAI I 10 NUMERI DEL 2017 E,
IN OMAGGIO,
2 LIBRI**

**DEDICATI ALLA SICUREZZA IT
E AL CLOUD,
DEL VALORE DI 100 EURO**



vai su
www.reportec.it/abbonamenti
e compila il modulo di abbonamento