

PARTNERS

INFORMAZIONE E FORMAZIONE PER IL CANALE ICT A VALORE

NOV-DIC N°40-41



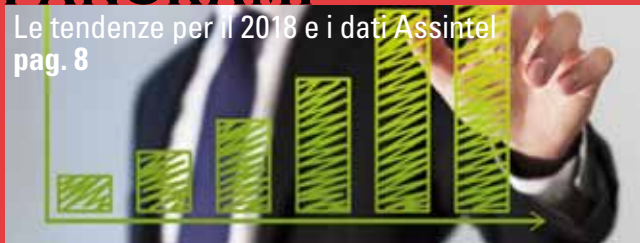
La smart economy per i business hero

pag. 11

Puntare sul digitale per ottimizzare i processi di automazione e aiutare le imprese a creare nuovi business

PANORAMI

Le tendenze per il 2018 e i dati Assintel pag. 8



FOCUS

SAP e il digitale pag. 54



BUSINESS IN MOVIMENTO

TIM Impresa Semplice

- Porta tutti i tuoi file e tutte le applicazioni di Office sempre con te su pc, tablet e smartphone. Con OFFICE 365.

In più hai l'assistenza tecnica sul servizio TIM inclusa.

Da **6,50€** al mese per i primi 12 mesi.



Vai sul sito
digitalstore.tim.it

PARTNERS

Anno VI - numero 40-41

novembre-dicembre 2017

Direttore responsabile: Gaetano Di Blasio

In redazione: Riccardo Florio, Giuseppe Saccardi, Paola Saccardi

Grafica: Aimone Bolliger

Hanno collaborato: Daniele Colombo, Tito Labanchi

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

Vendere il digitale mettendo
al centro la sicurezza

7

PANORAMI

L'IT italiana cresce del 3,1%

8

Citrix 2018, sicurezza, cloud,
intelligenza artificiale e IoT

9



PRIMO PIANO

LA SMART ECONOMY

11

La formazione umanistica
alla conquista delle nuove
professionalità IoT

16

La smart economy nella
Pubblica Amministrazione

19



DE gustare

alla scoperta dei sapori d'Italia

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

3 ORE AGO

CANTINE NOTIZIE

**LUGANA E AMICI ALLA
PROVA DEL TEMPO**

READ MORE

7 ORE AGO

NOTIZIE

**FAUNA SELVATICA,
UN SERIO PROBLEMA
PER L'AGRICOLTURA**

READ MORE

4 ORE AGO

EVENTI

**FESTA ARTUSIANA
SOTTO IL SEGNO
DELLA CUCINA
SOSTENIBILE**

READ MORE

01 GIUGNO 2015

La Toscana di Biella

Agricoltura biodinamica

Asparago in cucina

3 GIUGNO AGO

NOTIZIE

**COCKTAIL LOW
ALCOHOL. DUOMO 21
LANCIA IL NUOVO
TREND**

READ MORE

3 GIUGNO AGO

NOTIZIE

**TEATRO DEL G
PER SCOPRIRE
MEGLIO DI M**

READ MORE

2 GIUGNO AGO

BIERE NOTIZIE

**SAN MIGUEL, IL GIRO
DEL MONDO IN UNA
BOTTIGLIA**

READ MORE

4 GIUGNO AGO

NOTIZIE

**VINO E AR
INSIEME P**

READ MORE

DE gustare
alla scoperta dei sapori d'Italia

Alla corte del RE

www.de-gustare.it

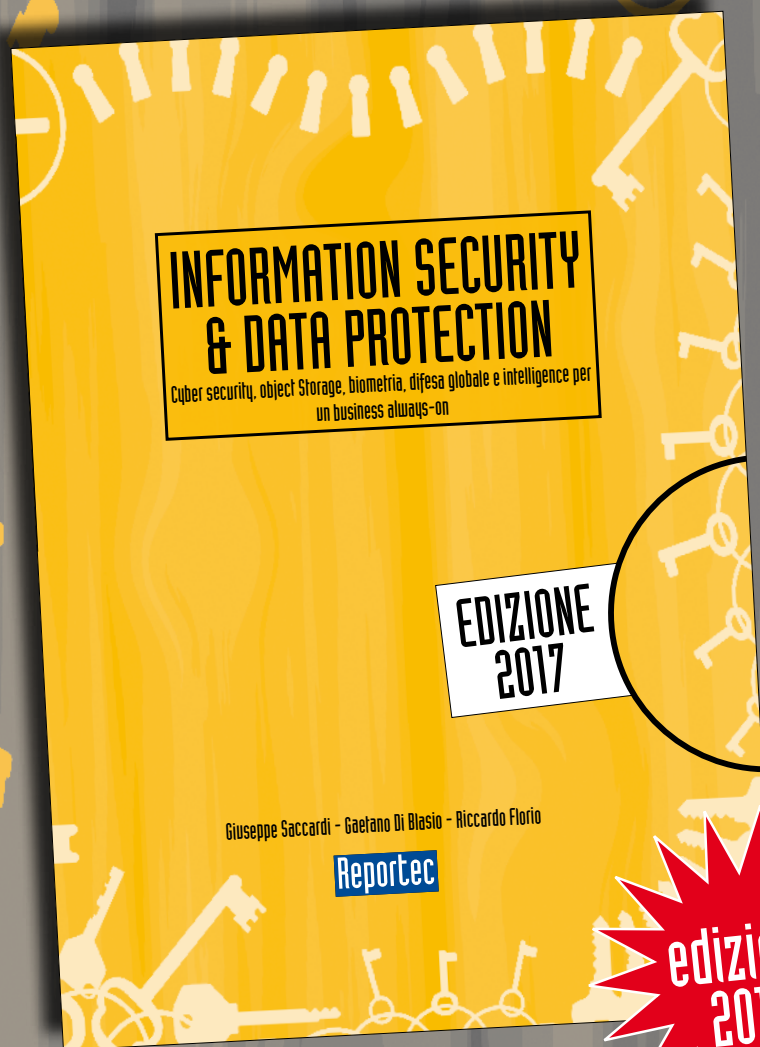
IN DETTAGLIO

La strategia Veeam per il canale punta sui servizi cloud	22
Cloud ibrido e dati sempre disponibili con la suite 9.5 di Veeam	24
Dell Emc incentiva il canale ad allargare il business	26
Arrow University 2017 raccolge i top player della sicurezza	28
Con Gigaset Italia la comunicazione è già nel futuro	30
Security, attacchi mirati e ransomware fermati con Bitdefender	34
Il programma di Rubrik per i service delivery partner	36
UCC col vento in poppa con i Pabx di 3CX	38
Honeywell: un approccio globale alla sicurezza del building	40
Intel dai chip ai dati per guidare l'innovazione digitale	42
Selta rafforza il canale per sviluppare il business Cloud	45
La vision e le soluzioni G Data per un'azienda sicura e a norma	46
Dynatrace aderisce al programma SAP PartnerEdge	48
Un nuovo programma per i partner di Xoper	49
Aruba inaugura il Global Cloud Data Center	50
Cresce ancora il portfolio cloud di Fujitsu dedicato al canale	51
Sophos lancia un Partner Program per far crescere i partner	52

FOCUS

Sap vede un'azienda intelligente nel futuro digitale

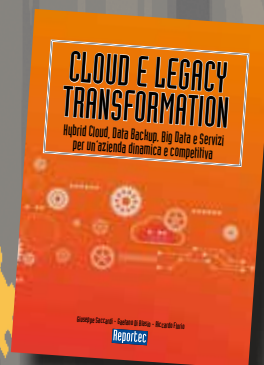
È disponibile il nuovo libro **SICUREZZA E PROTEZIONE DEI DATI**



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.



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

VENDERE IL DIGITALE METTENDO AL CENTRO LA SICUREZZA

La Smart Economy sta modificando nel profondo la società e le imprese.

Il modo di lavorare è cambiato con la "consumerization" e con la disponibilità di connettività always on (la cosiddetta ubiquity).

La gestione dei processi IT è stata rivoluzionata dal cloud e lo sarà ancora con il boom dei servizi. Con l'arrivo delle app il modo di interagire con i clienti prevede un distacco crescente, con un'intermediazione sempre più virtuale, ma con un grado di personalizzazione mai vista prima. La collaborazione tra aziende lungo la supply chain si trasforma in chiave digitale, grazie ai micro servizi software e alle API.

L'organizzazione aziendale stessa viene rivoluzionata dall'open enterprise e dalle teorie e pratiche della open innovation.

Innegabilmente questi stravolgimenti portano grandi opportunità, ma al contempo presentano dei fattori critici, che devono essere sfruttati opportunamente perché diventino fattori critici di successo.

Quanti cambiamenti attraversano l'Information technology, il business e la società intera e quanti ancora ne vedremo con la crescita dell'artificial intelligence

di *Gaetano Di Blasio*



Uno dei principali problemi è costituito dalla sicurezza, che non può essere trascurata: occorre saper sviluppare con capacità di security by design, dopo aver progettato sistemi e soluzioni implicitamente sicure. Analogamente sicuri devono essere i processi aziendali, in particolare quelli legati alla gestione del rischio, di cui la sicurezza informatica fa parte.

Garantire la security, soprattutto con l'avvento del GDPR, permette di legare i clienti e fornire servizi in base a sottoscrizioni ricorrenti, conferendo stabilità al proprio business.

Quello della sicurezza è un settore in crescita, stando alle analisi di tutte le società di ricerca, ma è anche uno di quelli in cui si avverte la maggior carenza di personale competente. Secondo MaRisk, azienda di consulenza tedesca sulla gestione del rischio, tale carenza si avverte proprio dove è più critica: il settore bancario, dove numerose sono le rego-

lamentazioni da soddisfare. Più in generale, un fattore critico sono i talenti, primi fra tutti i software architect, che siano capaci di progettare, per esempio, app con user experience molto efficace, in maniera molto efficiente. Si garantisce l'usabilità, che porta la soddisfazione del cliente e si ottimizzano costi e tempi.

La capacità di "percepire" le esigenze e tradurle in una soluzione è un altro talento che va coltivato, anche perché non sempre si possono replicare le best practice, considerata la variabilità delle casistiche e la necessità di concedere al cliente un'esclusiva, per assicurargli un vantaggio competitivo. Le figure qualificate che sono fondamentali in un business di servizio diventano preziose e occorrerà trovare il modo di premiarle e alimentare la loro formazione, per salvaguardarne il talento. ❖

L'IT italiana cresce del 3,1%

È in crescita il mercato IT in Italia nel 2017, secondo le stime dell'Assintel Report.

Prospettive positive anche per il 2018

di **Paola Saccardi**

Buone notizie per il mercato dell'Information Technology in Italia, che secondo l'associazione italiana di imprese ICT, Assintel, quest'anno è cresciuto del 3,1%, per un valore complessivo di 30 miliardi di euro. Questa traiettoria positiva è confermata anche per il 2018 con una stima dell'1,9%. I dati provengono proprio dall'ultimo Assintel Report, la ricerca sul mercato ICT e Digitale in Italia, realizzato da Assintel con CFMT insieme alla società di ricerca indipendente IDC Italia.

In breve, i valori dei principali segmenti che compongono il mercato ICT mostrano una crescita per l'hardware del 6,2%, il software del 3%, servizi IT del valore dell'1,5%, mentre restano negativi solo i servizi di telecomunicazione a -1,6%.

Volano invece i settori dell'IoT (+16,4%), del cognitive (+20,5%), del cloud (+27,8%), Big Data & Analytics (+20,9%), Realtà Aumentata e Virtuale (+335,6%), wearable (+155,7%).

Lo spostamento della spesa aziendale, fa notare Assintel, va nella direzione dei progetti di Digital Transformation e allarga la forbice tra 'nuova' e 'vecchia' ICT: l'effetto espansivo delle tecnologie della Terza Piattaforma e degli Acceleratori dell'Innovazione compensa la contrazione dei prodotti e servizi ICT tradizionali o non riconducibili ai nuovi driver di business. I primi in Italia crescono complessivamente del +16,4%, per un totale di oltre 14 miliardi di euro.

Dal Report emerge anche che il 48% della spesa ICT prevista sarà veicolato dalle grandi imprese, a indicare che la necessità di veicolare una maggiore sensibilizzazione digitale va indirizzata verso le micro e piccole imprese. Quasi un quarto



degli investimenti (7 miliardi di euro) sarà realizzato dal settore manifatturiero, spinto anche dall'ottica Industry 4.0. Secondo big spender è risultato il settore Finance, con 6,2 miliardi.

Assintel ha anche reso noti i risultati di una survey effettuata su oltre 1000 aziende utenti, da cui emerge che la maggior parte delle imprese ha fiducia nel 2018: oltre il 40% delle medie imprese e oltre il 60% delle grandi imprese prevedono una crescita del fatturato. Turismo, commercio al dettaglio, e banche sembrano essere i settori più ottimisti in questo senso. Ciò si riflette nelle previsioni di spesa ICT: il 49% delle grandi imprese prevede di espandere i propri investimenti ICT (per il 15% di esse con un tasso oltre il 5% annuo), mentre il 20% del segmento micro imprese è in caduta libera. L'area di maggior investimento sarà quella delle Piattaforme di Analytics (11,3% dei rispondenti).

D'altro canto c'è anche una parte di imprese italiane che non sono ancora pronte per cavalcare la Trasformazione Digitale: il 45% di queste resta infatti ancorata all'efficienza e razionalizzazione delle risorse IT che, nella gestione ordinaria, drena energie e risorse da dedicare ai nuovi paradigmi.

«Siamo in un Paese a più velocità in cui ancora ampie sacche di aziende, inclusi alcuni operatori ICT, restano in una zona comfort pericolosa ai margini della trasformazione - commenta Giorgio Rapari, Presidente Assintel -. Per questo la nostra azione associativa percorre tre binari principali: sensibilizzare e dare supporto concreto alle nostre aziende ICT, fare pressing politico per sostenere la strategia digitale sia nei confronti delle imprese, sia della Pubblica Amministrazione, e infine lavorare a stretto contatto con la Domanda attraverso iniziative di sensibilizzazione culturale».



Citrix 2018, sicurezza, cloud, intelligenza artificiale e IoT

*L'innovazione tecnologica che farà
tendenza nei prossimi dodici mesi, secondo
le previsioni di Citrix*

di **Giuseppe Saccardi**

Protagonista della trasformazione tecnologica inarrestabile è il cloud ibrido, secondo le previsioni degli esperti di Citrix, che tracciano le tendenze per il 2018. Anche se l'hybrid cloud è cresciuto meno delle aspettative nel 2017, per il prossimo anno gli analisti sono più positivi.

In particolare, PJ Houg, senior vice presidente Chief Product Officer di Citrix sostiene: «C'è una convergenza reale tra le tecnologie che agiscono con l'obiettivo di unificare i migliori luoghi di lavoro attraverso il cloud».

Il manager aggiunge: «Il cloud ibrido unifica tutte le applicazioni, sia enterprise sia on-premise e sia cloud o mobili, provenienti da tutte le piattaforme e le distribuisce in maniera coerente su qualsiasi dispositivo».

Quanto sostenuto da Citrix è che il cloud fornirà alle persone la flessibilità di cui necessitano e all'IT il livello di sicurezza indispensabile.

Inoltre, il luogo di lavoro sarà sempre meno legato a uno spazio fisico e l'uso del cloud semplificherà «il movimento delle persone non solo nello spazio, ma all'interno dei progetti e permetterà di trasferire facilmente gli skill da una parte dell'azienda all'altra», afferma Hough.

Christian Reilly, vice president, Global Product and Tech Strategy di Citrix sancisce, ma nel lungo termine, la fine di mouse e tastiere: «La voce sarà la principale "interfaccia" uomo-macchina, rappresentando un fattore determinante per l'innovazione nel 2018. Per le imprese che vogliono innovare, saper usare la voce, abbinata all'intelligenza artificiale per interagire con dati complessi sarà un fattore critico di successo».

La voce sarà l'interfaccia uomo-macchina del futuro

Ancora Reilly evidenzia che, quando è in gioco l'esperienza utente, le aziende devono usare strumenti di analisi potenti per essere sicuri che il "digital work space" offra la miglior esperienza possibile, qualsiasi dispositivo l'utente utilizzi.

Gli analytics, secondo il manager, consentiranno di essere sempre più produttivi. Inoltre, i tool di analytics sono utili anche per la sicurezza, afferma il manager: «Si può



pensare agli analytics come a una forma di apprendimento automatico che crea la fotografia dei comportamenti usuali di un utente e rileva eventuali anomalie applicando controlli di sicurezza nel momento in cui si rendono necessari».

Anche l'IoT (Internet of Things) può essere visto come strumento utile alla sicurezza, invece che come elemento di rischio, sostiene Steve Wilson, vice president Cloud and IoT di Citrix: «Dispositivi come tecnologie beacon Bluetooth, GPS, biometria, riconoscimento facciale, insieme con analytics pervasivi sul comportamento dell'utente, daranno un contributo decisivo alla sicurezza facendo in modo che le persone accedano alle informazioni cui devono accedere».

Trenton Cycholl, vice president, Business Technology Solutions di Citrix dichiara inoltre che il «2018 sarà un anno in cui la sicurezza diventerà parte integrante del tessuto connettivo dell'ambiente in cui lavoriamo».

Sempre Cycholl ritiene che l'accesso contestuale e il riconoscimento vocale permetteranno alla sicurezza di far parte delle soluzioni di produttività.

«Questo consentirà di abbattere le barriere che hanno fino a oggi trasformato la sicurezza in un ostacolo allo svolgimento di un compito. Le tecnologie di sicurezza saranno focalizzate sull'utente e diventeranno sempre più abili nel riconoscimento dell'identità attraverso metodi automatizzati con l'aiuto dell'Intelligenza artificiale e l'apprendimento automatico. Intelligence», conclude il manager. ❖



LA SMART ECONOMY

Si parla sempre più di Smart Economy, con il termine che di volta in volta viene riferito allo smart working, alla smart city... alle soluzioni smart. Di certo, c'è l'evoluzione dell'informatica in genere, la sua pervasività.



di **Giuseppe Saccardi**

Quanto attiene all'insieme delle smart solution presenta come elemento in comune l'accettazione del modello cloud come modo di fruire le risorse su base on-demand, in modo da distribuire gli investimenti in conto capitale e operativo e renderli proporzionali ai profitti, nonché la diffusione dell'Internet delle cose (IoT: Internet of Things) sta decretando il successo di questo oramai affermato paradigma.

Connaturale a una Smart Economy è quella che viene riferita come Digital Transformation, l'Industry 4.0, la mobility e un insieme di altri neologismi e paradigmi che se danno una idea di come l'evoluzione negli ultimi anni sia stata tumultuosa e lasciano presagire cosa sarà il prossimo quinquennio, di certo non sempre aiutano a comprendere i fenomeni in atto.

Smart Economy: una vision dal social al business

In generale, si può descrivere la Smart Economy come la trasformazione basata su una spinta digitalizzazione dei processi di business

e di quelli produttivi che si intersecano con quanto coinvolge l'ambiente urbano, pubblico e domestico, quest'ultimo sempre più coinvolto in quello che viene riferito come lavoro agile, evoluzione dello smart working.

In senso meno concentrato sulla tecnologia ma con una visione più sociale, per smart economy si può intendere uno spazio economico virtuale (e cioè non necessariamente, grazie a cloud e agli strumenti di mobility che contribuiscono ad abbattere i confini, racchiuso nel perimetro fisico di un'azienda o un particolare territorio) composto da un insieme di persone che operano e cooperano utilizzando evoluti strumenti digitali, che generano nuove idee e, tramite l'informaticizzazione e l'intelligenza, ottengono migliori risultati economici.

In pratica, mettono in atto una economia a elevata produttività ed estremamente concorrenziale, come descritto ampiamente nel documento "Smart Economy" realizzato con il contributo della comunità europea e del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali e che ne evidenzia aspetti chiave, i settori di riferimento e i fattori costituenti.

Se però ci si vuole restringere a un concetto più legato all'informaticizzazione in atto e al suo divenire e ci si proietta meno nel sociale e più nel business si può parlare di Smart Economy come di quell'insieme di attività imprenditoriali che sfruttando e facendo leva su Internet, Web, le reti ad alta velocità e capacità fisse e mobili e i nuovi servizi quali database e analytics, permettono di migliorare e ottimizzare lo svolgimento delle proprie attività al fine di promuovere la propria offerta di beni e servizi in nuove aree, e farlo in modo immediato ed economico in accordo al paradigma riferito come e-business.

Più formazione per una trasformazione digitale davvero efficace

Digital transformation, smart working, tutti corollari della Smart Economy, sono termini che quando arrivano al dunque mostrano però qualche criticità. E la dimostrazione pratica della differenza che intercorre anche nell'IT tra il dire e il fare. I dipendenti Europei mostrano grande ottimismo verso il Digital Workplace e la trasformazione del modo di lavorare e produrre che questo implica, e hanno una posizione positiva verso l'introduzione delle nuove tecnologie digitali nel posto di lavoro per poter lavorare meglio ed essere più produttivi.

Non sono però tutte rose e fiori e le spine non mancano. Persiste un gap da colmare, come dimostra una ricerca di recente condotta da Censurwide finanziata da Ricoh. Realizzata lo scorso agosto ha coinvolto un campione molto ampio di 3.600 dipendenti di aziende europee di diversa dimensione e tessuto industriale, tra cui Francia, Germania, Italia, Spagna, Svizzera, Regno Unito e Irlanda.

Quello che emerge è degno di nota. Il 40% del campione ha osservato che la mancanza di competenze frena l'innovazione tecnologica, quasi il settanta per cento vorrebbe ricevere maggiore formazione ed è poco meno del trenta per cento la percentuale di chi ritiene che la propria azienda investa a sufficienza per migliorare questo aspetto.

Se a livello generale in Europa si evidenzia una grande attenzione e sensibilità sia da parte delle aziende sia da parte degli enti pubblici che delle istituzioni comunitarie nei confronti della trasformazione digitale e dei suoi impatti sulla produttività, in uno scenario in cui l'automazione e l'Intelligenza Artificiale stanno cambiando profondamente il modo di lavorare, il rischio che si corre è che la carenza formativa nell'uso proficuo delle nuove tecnologie informatiche e di comunicazione portino a una riduzione dei benefici potenzialmente ottenibili. In sostanza a una equazione meno formazione uguale meno ROI.

Quello che si evidenzia dallo studio di Censurwide è che le aziende dovrebbero prendere in considerazione le persone che utilizzeranno le tecnologie e che gli investimenti risulterebbero vani se i dipendenti non sono supportati adeguatamente per sviluppare le competenze necessarie a farli fruttare.

Un dato illustra più di tante parole la realtà riscontrata: oltre un terzo del campione non si sente in grado di utilizzare correttamente anche le soluzioni hardware e software più

semplici, come per esempio Microsoft Office, le stampanti multifunzione e i pc. Se poi si passa a nuove tecnologie quali i sistemi per l'automazione di processi complessi la situazione è ancora meno rosea.

L'interesse per una maggior formazione volta a permettere al dipendente di far miglior uso delle nuove tecnologie è solo in parte mosso dal desiderio di aumentare la propria produttività. Esiste anche una componente definibile come sociale e di timore generazionale. Sette su dieci dei dipendenti si è dichiarata convinta, di certo non a torto, che i più giovani siano maggiormente portati a utilizzare le nuove tecnologie e di conseguenza un terzo di loro teme che questo a breve possa mettere in forse il loro posto di lavoro.

In genere però, nonostante si parli di una futura diffusione dei robot come "forza lavoro", i lavoratori europei vedono la tecnologia come una grande opportunità e non come una minaccia. Quello che però sembra non essere sufficiente è la semplice acquisizione di una maggiore sicurezza nell'utilizzo delle nuove tecnologie. L'implementazione del Digital Workplace richiede infatti sia competenze che capacità da parte delle aziende di comprendere i bisogni dei dipendenti e di coinvolgerli e interagire reciprocamente in ogni fase di un progetto di trasformazione digitale.



Il motore per il business

Di certo, la spinta alla digitalizzazione e la motivazione che fa muovere il management di un'azienda industriale in questa direzione è dovuta da una parte al desiderio di espandere e accrescere il proprio giro d'affari o al dover reggere spinte concorrenziali di aziende che operano nel medesimo settore e che hanno intrapreso questa evoluzione in anticipo, e dall'altra, cosa peraltro correlata alla prima, al voler aumentare la produttività della propria forza lavoro facendo leva sull'utilizzo intelligente delle nuove tecnologie di comunicazione e di informazione.

Quello della Smart Economy, quando lo si esamina dal punto di vista tecnologico, è un tema molto ampio, perché non esiste praticamente settore dell'IT e delle comunicazioni che non sia coinvolto nella trasformazione digitale e che non abbia a che fare con il concetto di Smart, e vede concentrarsi sul rispondere ai bisogni espressi dalle aziende del settore pubblico e privato, dei servizi o del manifatturiero, tutte le aziende principali del settore nonché, a diverso titolo, un numero crescente di aziende di secondo livello che si presentano sul mercato con soluzioni ad hoc.

Coinvolte in questo processo evolutivo sono in primis i produttori di infrastrutture IT per quanto concerne i dispositivi di calcolo centrali (Data Center) o personali (computer portatili o mobili), i fornitori di servizi cloud e, stante la criticità che espandersi in rete implica, i fornitori di soluzioni per la sicurezza di dati e per la protezione di ambienti e applicazioni business.

Smart Economy e sicurezza


Essendo la smart economy fortemente fondata sul dato e sulla mobility e lo scambio di informazioni in rete, va osservato che il concetto di sicurezza ha finito con il rispecchiare un'esigenza primaria non solo per la singola azienda o settore industriale, ma anche per intere aree economiche nel loro complesso che devono competere su scala globale con altre aree mondiali nell'ambito di un mercato globale.

Un esempio in tal senso è quanto riferito come GDPR per quanto concerne la Comunità Europea, che da una parte ha lo scopo di stabilire regole precise e vincolanti per garantire la riservatezza dei dati sensibili di cittadini e imprese e dall'altra favorirne lo scambio sicuro all'interno dell'area comunitaria, al fine di rafforzarne la forza economica facendo leva proprio sullo scambio di informazioni, di idee e di servizi.

Non è questo l'unico esempio. Un altro esempio di come la globalizzazione, in chiave economica, richieda nuovi strumenti e approcci alla sicurezza, lo si ha se si prende in esame il sistema finanziario, che regola i propri scambi tramite la rete interbancaria SWIFT. Anche in questo caso il problema di come proteggere lo scambio di informazioni, che in questo caso sono relative a transazioni finanziarie, ha portato SWIFT a emanare un framework che entrerà in vigore dal prossimo anno.

SWIFT (Society of Worldwide Interbank Financial Telecommunication), si è posta l'obiettivo di meglio fronteggiare i rischi connessi alla smart economy e alle sue implicazioni in termini di sicurezza, soprattutto alla luce dei cyber attacchi proprio a enti finanziari verifi-





catisi di recente e che hanno fortemente turbato il mercato e minato la fiducia dei clienti privati e aziendali.

Le nuove norme che costituiscono il framework hanno l'obiettivo primario di permettere lo scambio sicuro di informazioni sensibili inerenti le transazioni finanziarie che avvengono a livello internazionale e di contrastare efficacemente gli attacchi.

Va osservato che l'obiettivo degli attacchi è generalmente quello di impossessarsi in modo fraudolento delle credenziali degli operatori SWIFT. Proteggere le credenziali è quindi essenziale per prevenire il realizzarsi di attacchi che possono tramutarsi in consistenti perdite economiche e di immagine.

In pratica, il Framework elenca 27 diversi tipi di controlli che hanno l'obiettivo di rendere sicuro l'ambiente, conoscere e controllare gli accessi e individuare e rispondere in caso di attacchi.

I fattori della Smart Economy

Smart Economy, ovvero una economia intelligente, e di conseguenza altamente innovativa e concorrenziale, dipende fortemente per il suo successo dalla capacità imprenditoriale, dalle idee e da come il contesto socio economico in cui l'imprenditore opera ne facilita il divenire favorendo lo sviluppo delle idee.

Non disgiunta da questa evoluzione, e l'impegno dei produttori in tal senso lo conferma, è l'attenzione all'ambiente e allo sviluppo di soluzioni atte a rendere più green e vivibile il contesto in cui si opera e gli stessi metodi produttivi, in modo da limitare l'impatto sull'ambiente in cui il cittadino o il dipendente vive

e si muove. Gli esempi in tal senso sono numerosi e spaziano dal coworking in costante diffusione, al car sharing, sino alle installazioni in ambito urbano di infrastrutture per la illuminazione pubblica intelligente. Creare una realtà sociale e produttiva meno legata all'energia e a minor impatto sull'ambiente è uno degli obiettivi della Smart Economy.

La Smart Economy non nasce però da sola, o meglio, se inizia a svilupparsi in modo autonomo e sulla spinta di singole entità, per farlo però in modo esteso e organico e avere un impatto positivo sulla collettività privata e industriale necessità che convergano in essa diversi aspetti quali il capitale umano e il know how che questo esprime, il capitale fisico che abilita il rinnovo infrastrutturale e lo sviluppo dei progetti di innovazione, il capitale ambientale e, non ultimo, il capitale sociale.

È il giusto mix di questi aspetti che porta al successo di una economia smart che permetta di coniugare al meglio innovazione e creatività, produzione e ricerca, distribuzione e commercializzazione, sino alla gestione degli aspetti finanziari.

Per sua natura e a causa della concentrazione di risorse che vi si trovano, i primi passi di una economia smart sono stati mossi nei grandi centri urbani, dove le idee e le novità produttive possono circolare più facilmente ed essere facilmente aggregabili. La diffusione della virtualizzazione, dal cloud ai servizi alla mobility, nonché dei sistemi produttivi, lascia però presumere che i confini fisici costituiti dalle città e da quanto vi gravita potranno essere rimossi e generare nel medio termine positive ricadute anche in aree meno urbanizzate. ❖

La formazione umanistica alla conquista delle nuove professionalità IoT

Competenze non strettamente tecniche permetteranno di sviluppare i modelli d'intelligence, che alimenteranno i motori di analytics, e porteranno a un'organizzazione aziendale più agile ed efficiente

Il mercato dell'Internet delle cose (IoT) o di ogni cosa (Internet of Everything) sta esplodendo. Lo confermano gli operatori IT che propongono e implementano soluzioni di una certa importanza. Dopo un lungo periodo per lo più reattivo alle sollecitazioni di mercato o come risposta tattica alla concorrenza, le imprese sono passate a una fase attiva di ricerca di soluzioni complete che possano far evolvere il proprio modello di business in funzione di una completa digital transformation dei processi produttivi, logistici e di offerta.

Quello che però potrebbe presto affievolire i facili entusiasmi e divenire uno dei più grandi ostacoli a una piena conversione aziendale, rappresentando di conseguenza un potenziale freno a un rapido sviluppo, è strettamente legato alla mancanza di figure professionali in-house, non sempre e non obbligatoriamente provenienti

dal mondo IT, che contribuiscano a rendere concretamente efficienti i criteri con cui i sistemi di analytics dovranno elaborare i dati e renderli funzionali alle diverse unità del business aziendale.

A livello internazionale, questa mancanza si è già fatta sentire. Come rileva la ricerca "The future of IoT in Enterprise -2017" di Immersat, che ha intervistato 500 big company (con oltre mille dipendenti) in EMEA, Americhe e Asia.

La maggioranza delle aziende che hanno risposto al sondaggio si trovano nella situazione di poter fare "quanto più possibile" non trovando sul mercato del lavoro tutti gli skill di cui necessiterebbero: il 33% vorrebbe poter beneficiare di competenze aggiuntive, mentre ben il 47% dichiara di non averne del tutto. Non molto sorprendentemente, la stessa ricerca rileva "gravi carenze di competenze nell'ambito della sicurezza IoT", le quali dipendono senza dubbio dalle esigenze di ulteriori specializzazioni verso le nicchie dei sottosistemi e dei componenti. Saranno di vitale importanza, infatti, fattori cruciali quali la protezione dei dati nei comandi atti a modificare le azioni di un processo produttivo, la fedeltà dei dati trasmessi dai sensori, la protezione perimetrale delle reti segmentate, l'autenticazione dispositivo-dispositivo.



di **Edmondo Espa**

da affiancare ai programmatori e ai Big Data Analyst. Come riporta un report della tedesca Digital Analytics Association, che nella Survey "Industrial analytics 2017/2017" ha chiesto a un certo numero di Big company di indicare i "top three benefits" derivanti dall'implementazione di tecnologie IoT/Industrial analytics applications: al secondo posto dopo l'aumento degli utili, troviamo immediatamente la customer satisfaction e il marketing-related analytics.

Servono nuove technical skill

L'Internet of Things è costituito da miliardi di grandi e soprattutto piccoli dispositivi interconnessi in modo mono o bidirezionale, molti dei quali avranno unicamente la funzione di trasmettere dei dati, ma molti altri saranno funzionali a rendere più intelligenti i device che li ospitano.

Tra le nuove (o tornate in auge) competenze tecniche si riscontra quella della Microcontroller programming per la programmazione di questi piccoli chip a basso consumo, dotati di programma e memoria interna, che aiutano il dispositivo a elaborare in modo intelligente comandi e attività.

I nuovi dispositivi devono inoltre tener conto dei nuovi requisiti di sistema, uno dei quali, tipicamente IoT, è la batteria a lunga durata. Di conseguenza, le applicazioni che gestiscono questi dispositivi, potrebbero richiedere delle schede elettroniche ridisegnate da un professionista di circuit design per ottimizzare il consumo energetico e poter ospitare più chip e sensori.

Anche la localizzazione GPS, sempre grazie allo IoT, sta vedendo una sua rinascita: automobili e oggetti intelligenti, per esempio nella logistica o nel wearable, richiederanno nuove competenze in GPS Development

Ma è in quello che è chiamato in modo onnicomprensivo "analytical data science" l'ambito in cui sarà più difficile rintracciare, anche perché ancora vere e proprie nuove professioni in divenire, competenze più intellettuali

Data anonymization: usare i dati in piena sicurezza

La data anonymization è il processo di trasformazione in forma anonima dei dati; si tratta di una tecnica che le aziende possono utilizzare per garantire la sicurezza nel cloud pubblico. La data anonymization modifica parti fondamentali dei dati riservati che verranno utilizzati o pubblicati nel cloud in modo da mantenerne la riservatezza e impedire l'identificazione delle informazioni chiave, ma consentendone comunque l'analisi per ottenere informazioni utili. I dati resi anonimi possono, quindi, essere archiviati in cloud ed elaborati senza la preoccupazione che altri individui possano acquisirli. Successivamente, i risultati possono essere raccolti e mappati rispetto ai dati originali all'interno di un'area sicura.

Skill multidisciplinari nella gestione dei dati

Sarà quindi il saper offrire al consumatore finale esperienze di acquisto e di utilizzo sempre più vicine e adattabili alle sue esigenze, la sfida principale di questa nuova rivoluzione digitale.

Linguisti che supportino gli sviluppatori di applicazioni per una gestione vocale di applicazioni e device sempre più "umanizzati", e ai quali affiancare degli esperti in Human translation per l'internazionalizzazione delle applicazioni, ne è solo un esempio, ma in genere saranno tutte le discipline umanistiche che in ambito IoT troveranno un nuovo sbocco professionale.

Lettere, filosofia, psicologia, arte, storia, saranno quelle competenze necessarie a supportare programmatori e data analyst nell'impostazione degli algoritmi prima, e nell'interpretazione dei dati poi, per offrire ai clienti una user-experience in linea con diffe-

renti culture, tendenze, stili di vita e orientamenti personali costantemente mutevoli, in questa epoca di grande mobilità del lavoro.

Sarà quindi il marketing, l'area principale nella quale l'importanza di processare correttamente qualità, coerenza, costanza o casualità dei dati, assumerà un aspetto fondamentale per la riuscita di un buon progetto IoT.

Nella divisione consumer, le opportunità derivanti da una grande mole di dati, a loro volta provenienti da una molteplicità di fonti (per esempio, la reputation di un prodotto all'interno di un social network e il comportamento del consumatore all'interno dello store della firma stessa), necessiteranno di quelle figure professionali in grado di individuare, attraverso competenze in scienze del comportamento, i segnali provenienti dalle community e suggerire delle risposte che siano in linea con le conoscenze delle strategie marketing. Altre figure più in ambito marketing operativo possono essere altrettanto fondamentali come supporto alle altre unità aziendali. Di seguito qualche esempio.

Possiamo disporre di moltissime informazioni: di tipo strutturato (provenienti dall'insieme della rete aziendale) e destrutturato (provenienti da fonte esterne, aggregate e anonimizzate). La rielaborazione di questi dati nell'ottica di dare il giusto risalto ai segnali di tendenza secondari per individuare tempestivamente segmenti di mercato non ancora esplorati, può essere fondamentale in un mercato altamente competitivo.

Formazione in discipline statistiche e una buona dose di curiosità intellettuale potrebbero essere qualità molto richieste, in un prossimo futuro.

Qualsiasi sia il tipo di business, questo è soggetto a incognite e problematiche. Avere una solida preparazione sulle dinamiche del proprio settore di riferimento e un'approfondi-

ta conoscenza delle potenzialità degli asset dell'azienda (oltre naturalmente a quella di saper interpretare i dati) potrebbe creare dei futuri Strategy manager capaci di individuare, tra i dati, occasioni per il miglioramento della competitività e della reattività alle variabili del mercato.

Non meno importante potrebbe essere la figura del data communication assistant quale ponte tra il reparto data analytics e le diverse business unit aziendali. Questo professionista potrebbe recepire anticipatamente quali sono le informazioni di cui i colleghi hanno bisogno, e in base a queste, provvedere a comunicare in modo semplice e di più immediata comprensione quanto a loro necessita ai fini decisionali.

Sono tante altre le figure professionali che la potenzialità delle tecnologie IoT stanno facendo emergere e che per questioni di spazio omettiamo. Certo è che se si confermerà questa tendenza a una sempre più approfondita trasformazione digitale di ogni aspetto dell'economia, la formazione scolastica di stampo umanistico, considerata negli ultimi anni poco funzionale al mondo produttivo, potrà attraversare una nuova e meritata fase di apprezzamento e creare ex-novo nuove opportunità professionali qualificate e intellettualmente affascinanti. ❖





La smart economy nella Pubblica Amministrazione

Il processo di digitalizzazione nella PA è avviato ma necessita di una strategia digitale centrata su investimenti nell'innovazione

di **Giuseppe Saccardi**

La Smart Economy avanza, si presenta sotto diversi aspetti e coinvolge settori che spaziano dall'ambiente di ufficio all'industria manifatturiera, sino alla PA. Se però nell'industria, produttiva o di servizi, il contesto è tale da permettere, una volta prese le decisioni a livello dirigenziale, di attuare in tempi abbastanza rapidi i processi connessi alla trasformazione digitale in modo da poterne trarre profitto in termini di mercato e di business, la cosa presenta problematiche diverse nella Pubblica Amministrazione, dove rigidità normative si abbinano a problematiche economiche e di investimento.

Eppure, è dalla PA che dovrebbero partire quegli investimenti, ad esempio laddove il termine Smart si può coniugare non solo in servizi digitali per il cittadino ma anche in senso più ampio in Smart City, o Smart Working (altresì riferito come lavoro agile), tutte cose che potrebbero dare un forte impulso sia nel rapporto con il cittadino che al tessuto industriale e dei servizi locale.

Ma quale è la situazione al momento? Le analisi apparse in proposito sono svariate ma un aiuto a capire il fenomeno in corso può venire da un recente studio fatto fare da Fujitsu, reso disponibile poco prima dell'estate, ed interessante l'ambito europeo e quello nazionale italiano. Il paragone è importante, così come avere informazioni sull'una e sull'altra

delle aree, perché oramai la digitalizzazione della PA diventa anche un fattore, una forte leva, nel mettere l'Italia e le sue industrie in grado di competere ad armi perlomeno pari nel confronto delle altre aziende europee prima ancora che mondiali. In un mercato globale dove oramai i margini si misurano in poche unità e la competizione è sempre più feroce, il contributo che può dare una PA digitalizzata, smart e volta a favorire il tessuto industriale nazionale, può essere un concreto aiuto per la competitività nazionale e il suo bilancio complessivo.

I dati della ricerca

Innanzitutto vediamo prima il campo d'azione dello studio per poter contestualizzare i dati che fa emergere. Lo studio quantitativo "Fit for Digital: Co-creation in the Age of Disruption" è stato realizzato dalla società di ricerche Censuswide. Il sondaggio ha avuto un carattere ampio ed ha coinvolto sia la PA che altri settori. Ha interessato 1180 responsabili decisionali dell'alto management di realtà di medie e grandi dimensioni nei settori della pubblica amministrazione, dei servizi finanziari, del retail e dell'industria.

Veniamo adesso ai dati che sono emersi e concernenti Europa e Italia. In queste aree i dirigenti del settore della Pubblica Amministrazione appaiono consapevoli del fatto

che il comparto (lo pensa l'80% del campione italiano), così come le loro organizzazioni (lo riconosce il 71% del campione nazionale) sono interessate dal fenomeno riferito come "digital disruption" e sempre di più pensano che lo saranno negli anni a venire. Per l'Italia va detto che oltre nove su dieci dei manager coinvolti (per l'esattezza il 93%) si dichiara convinto che il fenomeno della digital disruption e di conseguenza l'evoluzione verso economie private e pubbliche sempre più smart avrà effetti positivi sulla propria organizzazione, controprova lo è il fatto che praticamente tutte hanno già intrapreso e adottato le misure ritenute indispensabili per concretizzare questa trasformazione.

È oltre o quasi la metà dei dirigenti pubblici (55% in Europa e il 40% per l'Italia) il numero dei manager che ritengono che l'ente di cui fanno parte e sono elemento traente non esisterà più nella forma attuale entro un lustro, e supera in media il 90% il numero di quelli che riconoscono l'inevitabilità di cambiamenti fondamentali di fronte a una digitalizzazione che sta apportando mutazioni radicali nei modelli di business di ogni settore.

Evolvere per crescere

Se la presa d'atto dell'ineluttabilità del cambiamento è generalizzata, quali sono però le condizioni "sine qua non" che si ritengono necessarie? Per poter crescere, ritiene poco oltre il 70% degli italiani e il 90% degli europei, la propria organizzazione avrà bisogno di evolvere, e il 62% è abbastanza confidente sul fatto di riuscire a farlo (in Europa sono un po' più ottimisti: il 96% si dichiara fiducioso). A livello europeo, solo un limitato il 14% afferma però di essere preoccupato rispetto ai cambiamenti che si prospettano rivoluzionari apportati dal digitale, percentuale che però praticamente si azzera per quanto concerne

le risposte degli italiani coinvolti nella ricerca, tanto da dichiararsi molto confidenti per il 67% e in quasi nove casi su dieci persino più confidenti rispetto a un biennio fa.

Una tale sicurezza è confermata dal fatto che un quarto dei dirigenti pubblici, senza differenza tra Italia e Europa, ritiene di essere un digital leader nel proprio settore, la percentuale più elevata di qualunque altro comparto. Va osservato che, a parte l'impatto benefico sull'economia nazionale globale e sulla sua competitività, cosa a cui in definitiva dovrebbe puntare il settore pubblico di una nazione all'interno di una economia necessariamente fortemente globalizzata e sempre più orientata all'export di beni e servizi, a differenza di altri settori nei quali la digitalizzazione è influenzata primariamente da un desiderio di mantenere il passo della concorrenza sui relativi mercati, nel settore pubblico sono gli utenti che costituiscono l'entità traente e stimolante per la digital transformation e ad essere caratterizzati da crescenti aspettative per quanto concerne la qualità e la multicanalità dei customer service e la delivery digitale dei servizi, si tratti del comune o di enti territoriali o della pubblica sanità.

Ma come attuare una Smart Economy in chiave pubblica e con chi realizzare questa trasformazione digitale che tutti dicono di volere, ma che poi trova sovente ostacoli?

Quello che si evidenzia dallo studio, perlomeno per quanto concerne l'Italia, è che i manager coinvolti nella ricerca si dividono quasi a metà tra chi indica i player del settore consolidati e chi invece fa riferimento alla propria organizzazione. In questo la posizione nazionale si differenzia sensibilmente da quanto rilevato nel contesto europeo dove sono Google e Amazon ad essere indicate da un terzo dei manager come i principali attori a cui si deve la leadership.





Quello che si legge in queste cifre è che al di fuori dell'Italia, nel resto dell'Europa negli enti pubblici si sta facendo spazio una visione basata sull'utilizzo di servizi online customer-driven.

L'ostacolo della tecnologia

Se chiari sono gli intendimenti e positiva la propensione degli interessati, maggiori difficoltà emergono quando si passa all'attuazione pratica, o meglio, alle prospettive di attuazione della trasformazione digitale.

Sebbene sia incontrovertibile che la digital transformation possa apportare numerosi e concreti benefici non tutti gli enti pubblici si ritengono in grado di poterli adeguatamente sfruttare. Il motivo principale che viene espresso come ostacolo al raggiungimento del potenziale intrinseco è l'obsolescenza delle tecnologie, della cultura interna e della complessità del cambiamento. A queste problematiche per l'Italia si aggiunge non sorprendentemente il problema costituito dalla mancanza di investimenti in innovazione.

Nonostante le problematiche espresse quello che si evince è che la PA ha intrapreso le misure necessarie per una progressiva digitalizzazione per aggiornare le proprie infrastrutture informatiche e questo è confermato dal fatto che praticamente i due terzi, senza distinzione significativa tra dati nazionali e dati europei, ha già effettuato investimenti in nuove tecnologie e modificato contestualmente la propria strategia investendo in Italia in modo particolare (43%) nella formazione di nuove capacità professionali.

Che si tratti di tecnologie o di capacità tecnico/scientifiche nell'IT e nella gestione dei relativi processi connessi alle esigenze della PA, il concetto della necessità di investire appare ben radicato se si vuole che un ente abbia successo e risponda alle esigenze espresse dagli utenti.

Alla domanda specifica infatti, quasi metà del campione europeo e il 60% di quello italiano ha risposto senza esitazione che si deve "investire nell'innovazione". Ma non si tratta solo di investire: oltre il cinquanta per cento dei dirigenti pubblici italiani evidenzia come sia molto importante anche implementare una corretta strategia digitale.

Dopo anni in cui gli investimenti in tecnologie e infrastrutture (non solo informatiche) non sempre sono apparsi coerenti è di certo un positivo aggiustamento di rotta che fa ben sperare.

Collaborazione e tempistica

Dallo studio emergono altri aspetti degni di nota. Il focus sulla tecnologia rimane infatti al centro della capacità di migliorare del settore pubblico e la larga maggioranza ritiene che sia essenziale la collaborazione con esperti di tecnologia allo scopo di formulare congiuntamente le risposte ai mutamenti che avvengono nel settore della PA. In Italia, in particolare, molta importanza viene attribuita all'esigenza di maggior flessibilità e alla necessità di una preparazione che metta in grado di recepire le esigenze degli utenti dei servizi.

Esiste però il problema di una corretta tempistica, in modo da colmare rapidamente il gap tra evoluzione della PA e rapidità dei cambiamenti per quanto concerne le tecnologie e le aspettative degli utenti dei servizi che questa eroga.

Rispettivamente il 43% in Europa e il 31% in Italia afferma di aver già iniziato a stabilire nuove relazioni strategiche ma nonostante i progressi che si osserva aver compiuto per la maggior parte degli intervistati i cambiamenti stanno procedendo troppo lentamente: il 72% degli intervistati europei (il 67% per gli italiani) preferirebbe infatti che le rispettive organizzazioni si muovessero più rapidamente. ❖



Veeam investe sul canale con soluzioni per il mondo enterprise, il cloud e i servizi. Continua il successo della sua Partner Academy per la formazione

LA STRATEGIA VEEAM PER IL CANALE PUNTA SUI SERVIZI CLOUD

Veeam Software, continua la sua strategia per una Always-on-Enterprise facendo del canale la sua leva per ampliare la sua peraltro già ampia presenza sul mercato e rispondere in modo puntuale e con nuove proposte alle esigenze di clienti che necessitano di un continuo accesso alle applicazioni business, e che dalla continuità e disponibilità dei dati si propongono di ottenere un concreto vantaggio competitivo.

Due i pilastri dell'offerta per il canale, ha illustrato Lara Del Pin, channel manager di Veeam per l'Italia. Uno è costituito dalle soluzioni per il



Lara Del Pin,
channel manager di Veeam Italia

mondo enterprise, che è volto a permettere agli operatori di canale, ai system integrator e ai service provider, di fornire soluzioni per un'azienda efficiente e sempre attiva. Il secondo, su cui la società sta investendo molto sia in nuovi sviluppi che in formazione, è costituito dai servizi centrati sul cloud.

Al canale, ha spiegato la manager, Veeam mette a disposizione soluzioni per rispondere alle esigenze di aziende di qualsiasi dimensione e settore che desiderano attuare una esternalizzazione della complessità dell'IT, in toto o in parte, e per questo adottano una strategia multi-cloud atta

di **Giuseppe Saccardi**

ad incrementare l'innovazione, accelerare il time-to-market ed ottimizzare i costi, tutti aspetti a cui Veeam ha voluto dare una risposta tramite il Canale.

Per continuare a soddisfare le esigenze dei partner service provider, ad esempio, Veeam ha esteso il proprio portfolio di prodotti per fornire un'offerta cloud sempre più estesa.

Un esempio di questa scelta strategica è costituito dalla nuova versione 1.5 di Veeam Backup for Microsoft Office 365, che aggiunge un nuovo supporto di scalabilità e la multi-tenancy per le implementazioni aziendali e i provider di servizi che offrono servizi di backup gestiti da Office 365.

Lanciata il 3 ottobre con la versione 1.5, ha già raggiunto più di 22.000 aziende che lo stanno utilizzando, estendendo la protezione dei dati ad oltre 2 milioni di caselle postali Office 365.

Quella per i servizi a dispo-

sizione del canale è una strategia ad ampio raggio trasversale a tutta l'offerta di Veeam.

«Ogni prodotto che rilasciamo viene reso disponibile sin dall'inizio del suo ciclo di vita con il bollino di Cloud Ready», ha evidenziato Lara Del Pin.

Per permettere anche ai partner di piccole dimensioni di fruire dei benefici dell'offerta di servizi, Veeam ha anche organizzato un modus operandi per cui quest'ultimi possono appoggiarsi a operatori specifici e poter così fornire soluzioni con la garanzia di poter far fronte alle esigenze anche contrattuali dei propri clienti. Per favorire l'innovazione e la digital transformation e rendere sempre più smart le

aziende, Veeam fornisce poi ai propri partner, all'interno del programma Veeam Cloud & Service Provider (VCSP), licenze gratuite dei nuovi prodotti, fino alla fine di quest'anno. Veeam Availability Console viene poi fornito come prodotto gratuito per i partner VCSP.

Si tratta, ha evidenziato Del Pin, di una scelta che sta dando i suoi frutti, con i dati per l'Italia che indicano come Veeam abbia registrato un aumento del 62% degli affari derivanti dal programma Veeam Cloud & Service Provider (VCSP) che può contare ora su oltre 500 partner. Ampliato è anche il suo portfolio di clienti sia in Italia che nella Southern EMEA che conta oggi, rispettivamente, oltre 16.000 e 32.000 aziende.

La Partner Academy

A disposizione del canale anche per il 2018 continuerà ad essere la Partner Academy e uno dei compiti che Veeam si è data per quest'ultima parte

dell'anno è quello di vedere assieme ai partner stessi come migliorare ulteriormente il programma per quanto concerne la formazione. Sono momenti impegnativi per il partner che coprono una mezza o una intera giornata e entro la fine dell'anno ne verranno organizzati un altro paio.

«Quest'anno abbiamo formato nell'ambito della Partner Academy circa 120 persone qualificate, che a regime saranno in totale circa 150, per un totale di circa 60 partner», ha evidenziato Lara Del Pin.

Significativo di come gli operatori di canale trovino efficace la strategia di Veeam è poi il fatto che il numero dei partner gold e platinum è rimasto costante, indicativo di come i risultati ottenuti sul mercato siano stati ritenuti soddisfacenti. In parallelo continua a crescere il numero globale, con nuovi partner che si sono aggiunti, un numero che ammonta in Italia a circa 2700.



La nuova versione della Veeam Availability Suite consente una gestione centralizzata dei dati per i carichi di lavoro virtuali, fisici e multi cloud

CLOUD IBRIDO E DATI SEMPRE DISPONIBILI CON LA SUITE 9.5 DI VEEAM

Continua l'impegno di Veeam nel fornire una piattaforma per la sicurezza del cloud ibrido e volto a favorire la migrazione delle aziende verso soluzioni aperte e caratterizzate da elevata sicurezza e disponibilità dei dati.

La società, che ha fatto dell'Availability for the Always-On Enterprise il proprio motto, e guidata in Italia da Albert Zammar, ha annunciato il rilascio di Veeam Availability Suite (VAS) 9.5 Update

3 (U3), che, ha evidenziato, permette di gestire la totalità dei dati aziendali e di assicurare l'Availability per tutti i carichi di lavoro, virtuali, fisici o cloud, il tutto gestendoli da un pannello di controllo Veeam centralizzato.

In sostanza, con il nuovo rilascio l'azienda si è data



Albert Zammar,
Regional Vice President della
Southern EMEA Region di Veeam

l'obiettivo di consentire alle aziende di sostituire le soluzioni di backup legacy, che rallentano la business transformation, e garantire la disponibilità dei dati tramite una singola piattaforma ad elevata affidabilità.

Con il nuovo rilascio l'azienda non nasconde di voler accrescere ulteriormente la propria posizione di mercato e il numero dei clienti, che ammontano ad oltre 267.000, e questo soprattutto nel cloud ibrido, un tema che, ha osservato Albert Zammar, sarà anche la centro della sua strategia per l'Italia e il proprio Canale, a cui vuole fornire strumenti per accrescere la propria offerta e ampliarla ai servizi, siano essi per aziende che a livello di operatore. «Con la Veeam Availability Suite 9.5 Update 3 le aziende che stanno affrontando la digital transformation e i nostri partner di Canale potranno gestire completamente l'ambiente, che sia virtuale, fisico o cloud, e garantire l'Availability per qualsiasi applicazione, dato o cloud», ha commentato Albert Zammar.

di **Giuseppe Saccardi**

Dati e storage sotto controllo ovunque e nel cloud

Nella aggiornata versione della suite Veeam ha incluso anche la Universal Storage API, una nuova interfaccia storage che le consentirà di supportare rapidamente nuove integrazioni storage, cosa che al lato pratico si traduce in prestazioni di backup migliori, minor rischio di perdita dei dati e un ripristino più rapido.

Se si allarga la considerazione dell'impatto della nuova versione al mondo dello storage, quello che la caratterizza è anche il fatto di potersi integrare con tecnologie ampiamente diffuse sul mercato come gli IBM Spectrum Virtualize e SAN Volume Controller basati su array storage come ad esempio Lenovo Storage V Series, una estensione della flessibilità che si aggiunge peraltro alle attuali partnership che ha in essere con aziende quali HPE, Cisco e NetApp.

«L'integrazione dello storage primario Veeam con Lenovo porta le soluzioni di Availability No. 1 del mercato ai sistemi ibridi Lenovo V Series e a tutti gli array di storage flash. Con V Series Integration e DS Series Solutions, insieme, offriremo nuovi livelli di protezione dei dati e agilità

di recupero che i nostri clienti richiedono per soddisfare le loro esigenze di uptime sempre crescenti», ha affermato Kamran Amini, Executive Director Lenovo Server e Storage presso Lenovo Data Center Group, commentando le funzionalità della nuova versione della suite Veeam.

I punti chiave della suite

Tra le numerose nuove caratteristiche della versione 9.5 U3 della Veeam availability Suite vi è:

- Gestione integrata per Veeam Agent for Microsoft Windows 2.1 e Veeam Agent for Linux v2: dà la possibilità di una implementazione e una gestione centralizzata degli agenti e dei carichi di lavoro virtuali, fisici e basati su cloud. Veeam Agent for Microsoft Windows 2.1 include la protezione per i cluster di failover server Microsoft Windows Server mission-critical, mentre Veeam Agent for Linux v2 aggiunge la possibilità di eseguire il backup di un repository Veeam Cloud Connect, il supporto per i repository di backup scale-out come target di backup e la crittografia lato sorgente.

Soluzioni storage Lenovo DS Series



- Supporto per VMware Cloud su AWS: consente di implementare le soluzioni Veeam Availability senza interruzioni su ambienti cloud ibridi, privati e pubblici basati su VMware.
- Integrazione di storage IBM: VAS 9.5 Update 3 farà leva sull'espansione della partnership strategica tra IBM e Veeam per includere l'integrazione con IBM Spectrum Virtualize, in pratica estendendo le capacità di integrazione degli storage snapshot a IBM Storwize e SAN Volume Controller basato su storage array.
- Integrazione di storage Lenovo: la piattaforma incrementa di fatto la sua partnership con Lenovo con l'integrazione VAS 9.5 Update 3 storage snapshot per la serie V Lenovo Storage. A questo si aggiunge che la serie DS di Lenovo è stata recentemente certificata Veeam Ready come target per lo storage di backup primario.
- Analisi e monitoraggio in Veeam ONE: Veeam ha

aggiunto il monitoraggio e la reportistica dell' Agent, nonché il Data Sovereignty Compliance Reporting dei Dati a Veeam ONE, la componente di gestione del SAV 9.5 Update 3. La funzionalità permette di aver accesso a linee guida e strumenti aggiuntivi progettati per assisterli attraverso nuovi rigorosi requisiti di conformità in materia di backup e protezione dei dati.

Va inoltre osservato che la release segue il recente annuncio del supporto per IBM AIX e Oracle Solaris, per la protezione dei carichi di lavoro fisici in ambienti Unix.

«Questa nuova offerta e le partnership vogliono essere un contributo concreto alle aziende che vogliono sostituire a tradizionali ambienti legacy delle soluzioni che permettono di gestire in modo affidabile tutti i carichi di lavoro, siano essi virtuali, fisici o nel cloud, e di farlo indipendentemente sia che si tratti di ambienti Windows, Linux o Unix, in modo da proteggere ai massimi livelli applicazioni, sistemi e dati mission-critical presenti in ambienti aziendali anche altamente distribuiti», ha evidenziato Zammar. ❖

Al Dell Emc Forum conferme per i partner e nuovi strumenti per aumentare il fatturato cross brand. Acceleratori per conseguire i livelli di partnership

DELL EMC INCENTIVA IL CANALE AD ALLARGARE IL BUSINESS

Dell Emc cresce erodendo quote ai competitori, affermano i due general manager italiani: Marco Fanizzi e Filippo Ligresti, rispettivamente focalizzati sul mercato enterprise il primo e su quello commercial il secondo. Un risultato che conferma i buoni presupposti dell'acquisizione e il cui merito va in larga parte al canale di vendita indiretta.

Canale che sta dando molta soddisfazione al channel manager Adolfo Dell'Erba. Non a



Adolfo Dell'Erba,
channel manager di Dell Emc

caso le survey per misurare la "satisfaction" di dipendenti, clienti e partner assegnano il valore più alto proprio a questi ultimi. Questo, probabilmente, perché, in fondo, la soddisfazione matura in funzione del business e questo cresce a due cifre in Dell Emc Italia, anche grazie al fatto che, come afferma Dell'Erba, il «77% dei partner ha guadagnato di più dell'anno precedente».

L'unificazione del canale, con relativa messa a punto del programma sta procedendo secondo i piani, conferma Dell'Erba, recente "reduce" del Partner Summit mondiale, che si è tenuto al Forte Village in Sardegna, dove erano presenti oltre 20 partner italiani su 350 invitati.

250 erano, invece i partner presenti al Dell Emc Forum di Milano, dove sono stati ripresi gli annunci globali, in particolare relativi sia ai prodotti sia alle offerte che li accompagnano, soprattutto sul cosiddetto "primary

di **Gaetano Di Blasio**

storage”, che comprende Unity e Storage Center (ex Compellent), come per esempio la tecnologia all flash, che mancava sugli Storage Center e la deduplica sullo Unity.

Insieme agli aggiornamenti tecnologici sono state annunciate novità importanti dal punto di vista commerciale. Un primo esempio è la garanzia per i clienti su questi prodotti storage di tre anni «quando il principale competitor offre 30 giorni», spiega Dell’Erba, facendo riferimento all’iniziativa Dell EMC Future-Proof Storage Loyalty Program, «che offre valore e garanzie ai clienti lungo tutta la vita utile dei loro array».

La fascia midrange del primary storage è quella che ha visto proprio il canale italiano realizzare la maggiore crescita a livello europeo nell’ultimo trimestre: 35% anno su anno.

Per quanto riguarda i “Metal Pack”, cioè le caratteristiche che identificano l’appartenenza alle categorie di

partnership Gold, Platinum e Titanium, i livelli di fatturato da raggiungere entro la fine dell’anno fiscale, definiti per l’Italia, sono rispettivamente 500mila dollari per i Gold, 3 milioni di dollari per i Platinum e 8 milioni per i Titanium. Per raggiungere queste quote, però, è stato previsto un aiuto, in particolare sulla vendita dello storage: «Abbiamo annunciato degli incentivi, per cui chi ha venduto o vende un prodotto dal terzo quarter in avanti, si vedrà conteggiare 1,25 dollari per ogni dollaro». Va precisato, però, che una parte di questo fatturato deve essere realizzato attraverso servizi, per i quali è previsto un analogo incentivo: ogni dollaro di venduto in servizi viene valutato 1,25 dollari, in modo da facilitare il raggiungimento della quota di partnership. Ovviamente, sarà necessario anche aver portato a termine le certificazioni (entro

il 31 dicembre, mentre il fatturato conteggiato è quello realizzato entro l’anno fiscale che si chiude il 2 febbraio).

Più opportunità per la crescita con i Partner System Engineer di Dell Emc

Dell’Erba ritiene che il numero di partner certificati aumenterà (oggi sono 76), «dando un’idea della nostra credibilità, perché per loro significa fare un investimento». I meccanismi di remunerazione sono confermati anche per il prossimo anno, premiando crescita, vendita di servizi, ingresso di nuovi clienti.

Poi ci sono gli MDF (Marketing, Development e Fonds) che sono definiti da contratto per Platinum e Titanium i, quali possono spenderli insieme a Dell Emc. Per tutti ci sono gli MDF “proposal”, assegnati in base alle iniziative marketing proposte.

A questo si aggiungono gli sforzi tesi ad aumentare il cross selling tra l’offerta Dell per i partner ex Emc e viceversa. Per questo è stata definita una nuova figura: il Partner System Engineer (sono quattro in Italia, inizialmente focalizzati soprattutto sullo storage), il cui compito è quello di aiutare i gli operatori del canale a sviluppare la propria offerta sulla componente che prima non conosceva o non trattava.

Anche a livello manageriale la collaborazione tra le due organizzazioni precedenti ha lo spostamento di persone da una parte all’altra, mentre i due general manager lavorano nello stesso ufficio.

Anche così si accelera l’integrazione in un’unica realtà. Realtà che mentre comincia a crescere nel business della digital transformation, si prepara all’ondata dell’IoT (Internet of Things), sul cui piatto Michael Dell ha puntato oltre un miliardo di dollari.



Successo confermato da Arrow a Villa Quaranta di Pescantina, grazie a un format consolidato con 46 workshop, 31 vendor presenti e oltre 600 iscritti

ARROW UNIVERSITY 2017 RACCOGLIE I TOP PLAYER DELLA SICUREZZA

Il cavallo che vince non si cambia e Arrow conferma il format della propria manifestazione principale, la sedicesima edizione, se non si contano i cambi societari, considerato che i protagonisti sono rimasti gli stessi.

Federico Marini, country manager di Arrow, ricorda che tutti i vendor con cui era cominciata l'avventura 15 anni fa (all'inizio ci fu una doppia edizione) sono ancora presenti e per molti le persone di riferimento sono rimaste

stesse, anche se qualcuno ha cambiato ruolo. Proprio questa relazione duratura deve essere l'ingrediente principale del successo, perché "l'aspetto umano" è una delle caratteristiche più e apprezzate e citate dai vendor.

Certamente il mercato della sicurezza, specializzazione di Arrow, sta cambiando, ma ancora non si vede una contrazione significativa, grazie al continuo sviluppo di nuove tecnologie portato da molte startup.

La società basata a Trento mantiene un portfolio tutto sommato costante, quest'an-

no con un'uscita (Gigamon) e un ingresso (Ixia) che si bilanciano, e l'arrivo di Carbon Black, ma ancora manca qualcosa.

Un portfolio in espansione

Marini, infatti, sta aspettando la conclusione di alcune trattative che dovrebbero portare a un completamento della loro offerta in ambito cloud. Serve un player locale per "accendere" il marketplace cloud internazionale di Arrow e diventare un attore di riferimento per la distribuzione dell'IT as a service.

È un passaggio importante, sottolinea il country manager, ricordando che, recentemente, gli analisti di Canalys hanno preannunciato per il futuro un mercato cloud al 40% caratterizzato da una distribuzione 2 tier.

Occorre, poi rimpiazzare Aruba Networks, che ha cambiato distributore, per rimpolpare l'offerta networking.

Un'interessante novità riguarda invece la recente costituzione di una business unit (in pratica rappresentata

di **Gaetano Di Blasio**

da due divisioni), per spingere sul fronte IoT, sviluppando una strategia ampia: "From sensor to sunset", che prelude alla crescita di un ecosistema. Si tratta di fornire tecnologie e servizi per affrontare le nuove tecnologie. Lo sviluppo del business verso nuove direzioni è importante anche per ottenere più margini. È naturale che i brand affermati, avendo acquisito forza, concedano meno margini ed è, dunque, salutare crescere in altri settori. Senza contare che system integrator, Var e dealer hanno bisogno di supporto per approcciare il mercato delle soluzioni sempre più integrate e complesse. Per il resto la soddisfazione dei vendor viene confermata da tutti i partner tecnologici presenti (31 per questa sedicesima edizione su 34 che hanno il contratto di distribu-



zione con Arrow), cominciando dai Platinum Sponsor che abbiamo intervistato: Check Point Software Technology, Barracuda, Sophos, F5 Networks, Trend Micro e continuando con gli altri distribuiti nei corridoi che circondano le aule della struttura di Villa Quaranta a Pescantina (VR), che risulta logisticamente perfetta per gestire i 46 workshop organizzati quest'anno. «In effetti cominciamo a essere stretti. Sono registrate 600 persone, ma di più potrebbero non starci», afferma Marini.

Proprio i tanti workshop rappresentano l'offerta apprezzata dai partner, che trovano l'evento un momento di formazione importante per conoscere nuove tecnologie, i trend del momento e per svolgere un po' di sano business networking.

Per quanto riguarda l'andamento del fatturato, come

sempre, non sono disponibili dati relativi all'Italia, ma si può registrare il forte incremento portato da NetApp, che nel 2018 potrebbe entrare nella top 10 dei vendor distribuiti da Arrow per volumi di fatturato, dove attualmente campeggiano i "soliti", con Check Point in testa e una crescente F5 che si fa strada.

La soddisfazione dei partner

Una delle caratteristiche più apprezzate nel modello di distribuzione proposto da Arrow, consiste nel grande supporto alla vendita, durante tutte le sue fasi. In particolare, i brand presenti con piccoli uffici in Italia, com'è anche il caso di big, quale per esempio Check Point, non potrebbero seguire tutti i partner da vicino, considerato che comunque cercano di andare insieme ai partner dai clienti. Check Point, che non presenta particolari novità tecnologiche in questa occasione, rimarca l'importanza della

formazione, per la quale Arrow gioca un ruolo essenziale.

David Gubiani, Security Engineer manager Italy, in particolare, ricorda come la quasi totalità degli attacchi non andrebbe a buon fine se gli utenti fossero attenti alla sicurezza, semplicemente usando la tecnologia con la prudenza con cui ci si mette alla guida di un veicolo.

Un po' tutti i Platinum partner di Arrow University 2017, concordano che la GDPR è il driver più forte per la vendita in questo momento, mentre le minacce, pur con l'eco mediatica crescente, non ottiene grandi effetti.

Eppure i rischi crescono, come evidenzia Maurizio Desiderio, country manager di F5 Networks, che illustra un mondo sempre più app centrico: «Oggi si sposta molto in cloud, ma è opportuno appoggiarsi a più di una infrastruttura (per il disaster recovery, in alcuni settori economici, vige anche la necessità di



Federico Marini, country manager di Arrow

avere data center su faglie tettoniche diverse - ndr), ecco perché F5 sta avendo molto successo con le proprie soluzioni a protezione delle applicazioni e del multcloud.

In pratica, spiega Desiderio, creiamo una "bolla" per proteggere tutto quanto attiene all'erogazione del servizio, indipendentemente da luogo dal quale la stessa avviene.

Formazione e supporto alla vendita sono i plus di Arrow anche per Trend Micro, che, come ci spiega Martina Mulas, senior manager Strategic Partner & Channel Southern Europe di Trend Micro: «Stiamo crescendo e siamo alla ricerca di persone nuove, specie nel sud della nostra region, che sappiano comprendere l'importanza della tecnologia.

Questo anche in funzione della roadmap che vede progressivi investimenti fino a 2020 per l'IoT e non solo.

Qui si afferma il supporto di Arrow quale partner storico «con cui cresciamo insieme», afferma Mulas, sottolineando: «Arrow investe sulle tecnologie e per noi questo è fondamentale, tanto quanto il supporto per la formazione.

Crescita importante anche quella di Sophos, grazie alla "sicurezza sincronizzata" che stiamo proponendo e su cui stiamo investendo da

tre anni», afferma il country manager, Marco D'Elia. Una crescita che ha portato a 700 milioni di euro il fatturato di Sophos a livello mondiale con un incremento del fatturato in Italia del 20%.

Forte spinta sull'education

con strumenti semplici quanto efficaci, come dei cartoni animati. Perché la tecnologia può essere complicata (la piattaforma utilizza anche il machine learning per l'analisi del comportamento), ma la sicurezza deve essere facile da

capire.

In termini di crescita, forse, la "coppa" spetterebbe a Barracuda, che a giugno aveva raggiunto il livello di fatturato maturato attraverso Arrow in tutto il 2016.

Un andamento certamente

Le soluzioni per la comunicazione aziendale ovunque e su qualsiasi PBX illustrate da Fabio Casati, Amministratore delegato di Gigaset Communications Italia

CON GIGASET ITALIA LA COMUNICAZIONE È GIÀ NEL FUTURO

di **Giuseppe Saccardi**

Il dinamismo che permea la società in genere e il mondo del business in particolare, ha accresciuto notevolmente la richiesta di soluzioni di comunicazione che permettano di rimuovere vincoli temporali e spaziali.

Con l'affermazione de jure o de facto di standard quali DECT, IP, SIP, di videocomunicazione eccetera, di certo le comunicazioni hanno fatto un consistente passo avanti e ne hanno reso possibile l'integrazione con le applicazioni

favorito dall'aumento dei servizi cloud, per i quali Barracuda offre protezione, ma, parte del merito, non solo a livello mondiale, va anche e, forse, soprattutto a una nuova linea di micro firewall, facilmente configurabili e molto flessibili,

che i loro partner stanno utilizzando negli ambiti più disparati, superando di gran lunga la fantasia dei progettisti.

Si tratta di una fase di transizione, rimarca Stefano Pinato, country manager di

Barracuda Networks Italia, indirettamente confermando quanto sia importante puntare sulle nuove tecnologie e come sia centrale, nelle nuove soluzioni, la sicurezza. ❖

business del mondo office. Il concetto di Unified Communication che ne è derivato è ora il punto di partenza per chi voglia razionalizzare le proprie comunicazioni aziendali e da-verso l'esterno e fruire di soluzioni che permettano di rendere più efficace e produttivo business e ambiente di lavoro.

Favorire questa trasformazione mediante soluzioni di comunicazione aperte e flessibili, ha commentato Fabio Casati, è l'impegno che si è assunta la divisione Gigaset pro di Gigaset Communications Italia, di cui è amministratore delegato, con cui abbiamo affrontato il tema della modernizzazione delle aziende, dalle PMI alle grandi, e di come farlo in modo flessibile coinvolgendo, laddove si rivela utile, l'esperienza degli operatori di canale.

Partners: Quali sono le dinamiche che interessano in mondo business e come le affrontate per dare risposte concrete?

FC: In un mondo che evolve sempre più dinamicamente ci si chiede spesso come le Società di telecomunicazioni tradizionali potranno reggere il passo e restare fra i protagonisti del mercato. Gigaset ha raccolto questa sfida cercando di evolvere senza disconoscere le sue origini, nel solco di una tradizione che risale alla origini stesse di questo settore e facendo tesoro di ogni esperienza, positiva o negativa, già vissuta.

Gigaset è nata nel 2008 dallo scorporo delle attività di telecomunicazioni della Siemens, ma ha potuto contare sia a li-

vello di ricerca e sviluppo che di produzione e vendite sulla stessa squadra manageriale internazionale e sugli stessi principi di etica e servizio alla clientela della ex-Casa Madre.

P: Come si posiziona nel panorama della telefonia e con che strategia?

FC: Da 10 anni Gigaset si posiziona come leader europeo della telefonia DECT, con milioni di telefoni prodotti ogni anno nella fabbrica tedesca di Bocholt e con la rete di distribuzione e di servizi post vendita presente in tutto il mondo. In questi 10 anni la filiale Italiana ha venduto più di 10 milioni di telefoni che servono le nostre case od i nostri uffici, mantenendo sempre

alto il livello di attenzione alla soddisfazione dei propri clienti, sia utilizzatori finali che aziende di ogni dimensione.

P: È uno scenario destinato a cambiare. Come fronteggiare le esigenze di mobilità?

FC: Negli ultimi 10 anni il mercato delle telecomunicazioni è cambiato radicalmente, con un peso minore per le comunicazioni da rete fissa ed uno sviluppo sempre più accelerato di nuovi settori come le telecomunicazioni mobili, le applicazioni domestiche di sicurezza e controllo remoto od il mercato professionale rivolto alle aziende. Senza rinnegare le proprie tradizioni, anzi facendone un punto di forza, Gigaset ha progressivamente sviluppato nuovi prodotti, applicazioni e



Fabio Casati,
AD Gigaset
Communications Italia

segmenti di mercato, con il chiaro obiettivo di continuare ad essere un attore di riferimento sul mercato Italiano.

P: Questa attenzione a nuovi segmenti di mercato in cosa si è concretizzata?

FC: Alla telefonia su rete fissa Gigaset ha progressivamente affiancato lo sviluppo di telefonia voice over IP, sia per applicazione domestica che aziendale, di sistemi di sicurezza e controllo per l'abitazione ed ultimamente di smartphones. In particolare Gigaset è oggi leader indiscusso nel mercato della telefonia DECT per applicazioni aziendali, e sta crescendo velocemente nello sviluppo di prodotti ed applicazioni voice over IP per le aziende, con il supporto di alcuni partner qualificati che sono in grado di rispondere alle esigenze di ogni tipo di impresa in Italia. L'entrata nel mercato degli smartphones rappresenta oggi la prossima sfida, che Gigaset porterà avanti per garantirsi un futuro di successo nel rispetto della propria identità e volendo dare ai propri Clienti lo stesso livello di servizio a cui sono abituati da sempre.

P: A cosa deve il suo successo una società che compete sul mercato con colossi dell'IT e delle TLC?

FC: Principalmente alla qualità, robustezza e affidabilità dei nostri prodotti, oltre a servizi di telefonia che difficilmente si riscontrano nelle soluzioni di altri produttori. Non cerchiamo il facile successo ma la soddisfazione dei clienti. Quando immettiamo sul mercato una soluzione, sia essa fissa o mobile, DECT o IP, lo facciamo al termine di una lunghissima e approfondita fase di test. E, non ultimo, che i nostri telefoni sono ideati e realizzati per uno specifico tipo di utilizzatore, e sono le sue particolari esigenze che costituiscono il nostro costante riferimento.

Nuovi modelli per una telefonia a prova di business e per domestica

Un esempio dell'attenzione al mercato e alle esigenze delle aziende che richiedono soluzioni di UCC smart e adatte al business è offerto da due prodotti recentemente introdotti sul mercato da Gigaset. Uno è costituito da un nuovo telefono IP da tavolo Maxwell 2 per la comunicazione professionale che espande



la sua gamma di prodotti Gigaset pro e si integra con i dispositivi Maxwell Basic, Maxwell 3 e Maxwell 10 della famiglia Maxwell.

È stato progettato per supportare i dipendenti che passano molto tempo al telefono e per rendere il loro lavoro più confortevole possibile. Ad esempio, un ampio schermo mette a disposizione un funzionamento intuitivo e una visione panoramica chiara, anche da lontano e con diversi angoli di visuale.

Se servono più funzionalità può essere ampliato con un modulo di Espansione dotato di 58 tasti programmabili. Di questi, ne possono essere fruiti un massimo di tre, installabili sia a destra che a sinistra.

Sulla stessa linea delle versioni Maxwell Basic e Maxwell 3, il nuovo Maxwell 2 si basa sulla piattaforma Software di Gigaset pro. Si tratta, peraltro, di una soluzione certificata per i provider di telefonia VoIP sia attraverso i

centralini (PBX) che attraverso i servizi cloud, comprese le piattaforme Broadsoft, Kwebbl, Centile e Asterisk. La piattaforma, ha osservato l'azienda, garantisce compatibilità, qualità e interoperabilità con reti certificate.

Per quanto concerne il Maxwell 10, va osservato che è una soluzione ideata per applicazioni non solo di telefonia evoluta di classe business e di videocomunicazione di alta qualità, ma anche per applicazioni di domotica. Equipaggia un ampio display touch HD da 10", ha connessioni GbE e PoE, dispone di un client Wi-Fi integrato, Bluetooth e DECT. Adotta il sistema operativo Android e si possono avere sino a 12 account SIP.

Rappresenta, nella vision di Gigaset, un elemento strategico per la videotelefonia di nuova generazione e atto ad assicurare una comunicazione altamente interattiva e coinvolgente. ❖

#VUOILMIONUMERO?

**VUOI
IL MIO
NUMERO?**

dejavu.it



95051730109

"LA TUA FIRMA È LA NOSTRA FORZA."

IVAN, GIOVANE PAPÀ CON UNA FORMA GRAVE DI SCLEROSI MULTIPLA.

PRENDI NOTA, DAI IL TUO 5X1000 A FISM.

Scegli di donare il 5x1000 alla Fondazione Italiana Sclerosi Multipla, firmando nel riquadro "finanziamento della ricerca scientifica e della università" e inserendo il codice fiscale 95051730109.

CODICE FISCALE FISM: 95051730109 | NUMERO VERDE: 800.094.464 | www.sostienici.aism.it

**SCLE
ROSI
MULT
IPLA**
ONLUS
fondazione
italiana

un mondo
libero dalla SM

Preparandosi al GDPR osservando l'evoluzione delle minacce e considerando lo scenario di rischio introdotto da globalizzazione e digital transformation

SECURITY, ATTACCHI MIRATI E RAMSONWARE FERMATI CON BITDEFENDER

Quello che il GDPR (General Data Protection Regulation, il regolamento sulla security dell'Unione Europea) ha di fatto sancito è che i dati, compresi quelli personali vanno protetti e questo perché costituiscono la linfa vitale dell'economia, spiega Denis Cassinerio, Regional Sales Director di Bitdefender Italia.

Per sostanziare questa affermazione, il manager cita il Ceo di Unicredit, Jean Pierre

Mustier, che ritiene la cyber security critica in un contesto in cui "cresce la dipendenza dalla tecnologia all'interno di un sistema finanziario sempre più interconnesso, che mette tutti i partecipanti a rischio". Mustier è, peraltro in buona compagnia, evidenzia ancora Cassinerio citando ricerche di Forbes. Ciò nonostante gli investimenti in sicurezza da parte delle aziende italiane sono ancora irrisori: circa l'1,5% del budget totale per l'ICT, afferma il mana-

ger italiano. Questo contro un panorama delle minacce informatiche che, talvolta, assume colori grotteschi e sapori amari, come nel caso delle vulnerabilità interne ai processori di Intel.

Il preoccupante scenario della security

Lo scenario descritto da Liviu Arsene, eThreats analyst di Bitdefender è preoccupante: «Abbiamo visto negli ultimi mesi l'evoluzione delle minacce "tradizionali", quali trojan, ramsonware e spam bot generici, che vengono integrati con vecchi codici rigenerati e potenziati da codici avanzati» ci spiega l'esperto.

Si tratta, presumibilmente di codici sottratti a organizzazioni militari o di intelligence internazionali, come sembra sia accaduto con WannaCry e GoldenEye.

Gli analisti di Bitdefender hanno osservato nuovi vettori che hanno integrato exploit Zero Day, quali EternalBlue

di **Gaetano Di Blasio**



Denis Cassinero, Regional Sales Director di Bitdefender Italia

ed EternalRomance, per attaccare in maniera silente le imprese.

La community cyber criminale si sono organizzate per integrare sistemi open source e freeware, riuniti da un codice personalizzato per creare nuove "armi" destinate ad attacchi mirati, ci illustra ancora Arsene.

In particolare, gli analisti di Bitdefender, nel 2017 hanno scoperto che, per mascherare i malware sono stati utilizzati strumenti come la utility per il recupero della password di Nirsoft e programmi di cifratura legittimi, come Diskyptor e altri. Tali programmi non sono stati compromessi, ma sono stati usati come strumenti.

Chi si sente al sicuro dagli attacchi mirati, illudendosi di non essere un bersaglio

appetibile, deve comunque fare i conti con il mercato dei malware, concentrato soprattutto sulla vendita di ransomware (dal solo malware al servizio gestito).

Gli analisti hanno osservato nuove generazioni di tali strumenti, venduti a chi vuole concentrarsi sul ricatto alle imprese. Algoritmi sofisticati possono essere utilizzati per fissare il valore del riscatto, calcolando il costo del ripristino e la capacità finanziaria del bersaglio.

Altra minaccia rigenerata è Qbot (anche noto come Brresmon ed Emotet, che è ricomparso con un'infrastruttura di command e control rivista e soprattutto con un motore polimorfico cloud based che

consente di assumere un numero virtualmente illimitato di forme, al fine di eludere i controlli antivirus.

La protezione deve essere sempre più integrata, considerando che gli strumenti adottati dai cyber criminali vengono dotati di numerosi sistemi "lateral", cioè capaci di muoversi all'interno della rete violata per compiere azioni come la rimozione dei registri per coprire le tracce dell'intrusione.

La crescita degli attacchi senza malware (fonte Gartner)

Per contrastare queste minacce Bitdefender propone un approccio innovativo che si è dimostrato efficace contro gli attacchi mirati e quelli condotti con strumenti come WannaCry, APT28, Carbanak, Wild Neutron, DarkHotel, Epic Turla, Regis e Zeus.

Questo, ci spiega Arsene,

grazie a Hypervisor Introspection, che introduce nuovi strati di sicurezza contro gli attacchi mirati, effettuando il rilevamento degli attacchi in real time a livello dell'hypervisor. A ciò si aggiunge una tecnologia agentless che isola il sistema di detection, impedendo che possa essere compromesso.

La soluzione rileva "gli angoli bui" e può rimuoverli se integrata con il sistema di security già esistente, operando con un impatto nullo sulle prestazioni.

Tra le peculiarità della soluzione, figura la capacità di "ispezionare" la memoria per identificare attacchi rivolti agli applicativi che sfruttano gli spazi di memoria assegnati agli applicativi stessi.

Secondo gli analisti di Bitdefender, ma anche di altre fonti come Gartner, la prossima ondata di attacchi sarà "immateriale", cioè non basata malware ma "fileless", appunto utilizzando l'accesso diretto alla memoria. ❖

Il nuovo Service Delivery Partner Program globale della società consente ai partner di offrire ai propri clienti una suite completa di servizi automatizzati di data management su architettura scale-out, su cloud privati, ibridi e pubblici

IL PROGRAMMA DI RUBRIK PER I SERVICE DELIVERY PARTNER

Rubrik, azienda che si occupa di cloud data management, ha lanciato un nuovo programma dedicato ai Service Delivery Partner, (che comprendono MSP, VAR, Consulting Partner e tutte le aziende offrono servizi gestiti) che consente ai propri clienti di offrire una suite completa di servizi automatizzati di data management su architettura scale-out, su cloud privati, ibridi e pubblici.

Attraverso la tecnologia di Rubrik, i partner possono cre-

are una vasta gamma di servizi differenziati, tra cui quelli di backup e instant recovery, archiviazione, test/sviluppo, ricerca, analisi e reportistica, copy data management e servizi basati sul cloud. La piattaforma software di Rubrik offre capacità di performance e semplicità operativa e facilita l'accesso veloce a servizi avanzati.

Il nuovo programma di Rubrik offre la possibilità di sottoscrivere due nuovi modelli a consumo sia per l'hardware

sia per il software.

In particolare nel modello a consumo per l'hardware è disponibile una piattaforma a costi e rischi contenuti, sulla quale poter costruire nuovi servizi basati su Rubrik in modalità pay-as-you-grow. Il modello a consumo per il software, invece, consente ai partner di sfruttare il software Rubrik su hardware di terze parti certificato, tra cui Cisco, HPE, Lenovo, Dell e altri ancora.

Il programma inoltre offre una fatturazione sulla base dei dati di back-end (quelli realmente utilizzati sul dispositivo) e non su quelli di front-end, che possono essere duplicati, fa sapere la società, che aggiunge la funzione di capacity aggregation disponibile su più client e più cluster, per aiutare i partner a gestirne e fatturarne centralmente l'utilizzo, oltre a raggiungere i propri obiettivi minimi annuali, accedendo anche a sconti a volume indipendentemente dal servizio (ad esempio backup, archiviazione o disaster recovery) che viene erogato ai loro clienti.

I due livelli previsti dal nuovo

di **Paola Saccardi**

programma riflettono l'impegno dei partner. Il livello 'Select' è indirizzato ai partner che cercano un punto di accesso flessibile al mercato del service delivery, con un pricing personalizzato, dedicato a clienti di piccole e medie dimensioni. I partner al livello 'Elite' sono invece quelli che offrono i propri servizi a clienti enterprise, che hanno grandi quantità di dati da gestire o migrare.

In generale i vantaggi che i partner possono ottenere aderendo al programma di Rubrik riguardano la possibilità di migliorare l'aspetto della comunicazione e del branding, così come avere supporto di co-marketing per creare iniziative congiunte e fare richiesta di fondi MDF a supporto della demand generation.

Per quanto riguarda il supporto tecnico i Service Delivery Partner possono accedere al team di supporto tecnico di Rubrik. Infine è disponibile un nuovo online partner portal con strumenti di vendita, materiale formativo, video tutorial e altro ancora. ❖

Cristian Meloni,
country
manager di
Rubrik



• Rubrik rende più efficace il Data Management nel cloud

Rubrik ha rafforzato la piattaforma per il Data Management per applicazioni Microsoft con il supporto di Azure Stack e l'integrazione di Google Cloud

Rubrik, azienda che sviluppa soluzioni per il cloud, ha annunciato la versione 4.1 della sua piattaforma Rubrik Alta 4.1 per il Cloud Data Management, versione che ora supporta i principali cloud provider e l'integrazione con Google Cloud Platform.

Non ultimo, evidenzia l'azienda, la release estende il supporto di Amazon Web Services (AWS) e Microsoft Azure, con l'obiettivo di rendere più semplice ad aziende, enti governativi e realtà no-profit il mantenimento e l'utilizzo dei propri dati.

Tra le funzionalità della piattaforma, ha illustrato Cristian Meloni, suo responsabile per l'Italia, vi è la disponibilità istantanea delle applicazioni, la protezione dei dati, la ricerca, archiviazione, analisi e copy data management, con la possibilità di fruire dei servizi erogati anche in mobilità, di analytics, di basare i processi su policy e disporre di una protezione da Ransomware.

L'Enterprise Data Management per applicazioni Microsoft

A livello organizzativo, ha spiegato Meloni, il software di gestione può essere implementato per orchestrare le principali funzioni di data management – backup e recovery, replica e DR, archiviazione, ricerca e analytics – inerenti le applicazioni Microsoft: Windows, Hyper-V, SQL, Azure e Azure Stack.

La piattaforma di Cloud Data Management è stata progettata in modo nativo per fornire servizi di protezione e di archiviazione nel cloud. Ad esempio, i servizi di "istanziamento" Rubrik CloudOn supportano sia AWS che Microsoft Azure, con

la conversione "server-less" delle macchine virtuali in istanze cloud. In pratica, si possono usare i servizi Rubrik CloudOn per avviare le applicazioni in Azure, rendendole mobili, dal data center al cloud, un approccio che evidenzia Rubrik permette di abbattere i costi connessi al disaster recovery e al test/ sviluppo, di applicazioni ricorrendo ai servizi cloud solo quando necessari.

Attenzione è stata data nella release anche agli aspetti connessi alla multi-tenancy in modo da favorire un'erogazione sicura

self-service di servizi di data management da parte di Service Delivery Partner e di organizzazioni che offrono l'"IT-as-a-Service".

Ad esempio, gli amministratori possono assegnare privilegi granulari su oggetti gestiti (eg: assegnare database Oracle solo ad amministratori Oracle) per accelerare l'erogazione self-service di policy di protezione, ripristino e reportistica di analisi su un ambiente multi-cloud.

Con il software per UCC di 3CX predisposto per il multi-tenant e il cloud è possibile comunicare ovunque su reti fisse e mobili e realizzare videoconferenze webRTC

UCC COL VENTO IN POPPA CON I PABX DI 3CX

Le comunicazioni unificate si confermano uno dei pilastri della trasformazione digitale e sono un forte abilitatore della proiezione di un'azienda sul mercato globale. Ma una soluzione di UCC deve rispondere adeguatamente ai principali paradigmi del mercato, e alle esigenze non solo del cliente finale che ne fruisce e le deve integrare nei suoi processi di business, ma anche del Canale e dei suoi operatori, canale che la deve fornire, supporta-

re ed adattare alle specifiche esigenze di settore o del singolo cliente.

Ma, mette in guardia Loris Saretta, regional sales manager per l'Italia e Malta di 3CX, società specializzata nello sviluppo di centralini di UC software, un centra-

lino di nuova generazione deve rispondere ai principali paradigmi del mercato in termini di mobilità, reperimento immediato del chiamato, comunicazione user friendly, sicurezza e fruizione su piattaforme il più possibile aperte, anche nel cloud, pur se in quest'ultimo caso deve essere posta estrema cura al come viene fatto.

La rotta per la digital transformation

Per favorire la digital transformation 3CX, ha evidenziato Saretta, ha adottato un approccio tecnologico e di commercializzazione che risponde alle esigenze del mercato, un mercato che richiede fondamentalmente soluzioni aperte e flessibili.

È una apertura e una flessibilità che nella vision strategica e di prodotto di 3CX inizia dal software. Il software che implementa le funzioni di centralino e di UCC di 3CX si basa sia su piattaforma Microsoft che Linux e dà la possibilità di

di **Giuseppe Saccardi**

supportare sia dispositivi fissi che mobili tramite connessioni di rete che supportano praticamente tutta la varietà di protocolli esistenti, a partire dall'IP e dallo standard SIP. Come software può poi girare su qualsiasi server standard di mercato ed essere allocato in server room, data center o stand alone. Ai diversi derivati, in azienda o fruiti in mobilità, si applica poi il concetto di one number, per cui un utente è reperibile ovunque in modo automatico tramite un unico numero. È il software 3CX che in base al profilo dell'utente provvede ad inoltrare automaticamente la chiamata al dispositivo che sa in quel momento essere in uso da parte del chiamato.

Predisposto per il cloud e multiutenza

Un'altra caratteristica che fa del software dei centralini 3CX, ha evidenziato Saretta, una soluzione atta a favorire la digital transformation e la sua adozione come strumento per la modernizzazione delle



Loris Saretta, regional sales manager per l'Italia e Malta di 3CX

comunicazioni delle PMI è di essere stato pensato in modo nativo per applicazioni multi-tenant e di conseguenza con la possibilità di essere fruito nel cloud e proposto dai partner di canale come servizio su cui costruire soluzioni a valore aggiunto o specializzate per servizi quali l'alberghiero, il sanitario o industriale. Un altro elemento che fa del centralino 3CX uno strumento per una comunicazione e una

collaborazione evoluta sono le funzioni di videocomunicazione e di videoconferenza, basate sullo standard di mercato WebRTC. In pratica, integrato nel software dei centralini permette di realizzare in modo trasparente, e senza la necessità di specifici plug-in, videochiamate e videoconferenze via web con qualsiasi altro utente abbia un dispositivo che supporti lo standard.

Attenzione al canale e community

Le soluzioni 3CX sono portate sul mercato esclusivamente tramite il canale. Al canale 3CX dedica programmi specifici sia di formazione che di assistenza, in parte anche gratuiti e volti a favorire e facilitare l'adozione da parte dei loro clienti dei partner le soluzioni 3CX- «Costante attenzione dedichiamo al recepire le esigenze dei clienti, in modo da favorire l'attività propositiva dei partner. Ad esempio abbiamo attiva una diffusa Community che ci permette di recepire dai partner di canale le esigenze espresse dai loro clienti e quando le riteniamo significative o si tratta di richieste che ci sono segnalate da un certo numero di partner, le facciamo nostre e confluire negli sviluppi della nuova generazione di centralino», ha spiegato Saretta. ❖

Alla fiera Sicurezza, Honeywell Building Solutions ha mostrato prodotti e soluzioni per la sicurezza e la protezione di ambienti ed edifici industriali

HONEYWELL: UN APPROCCIO GLOBALE ALLA SICUREZZA DEL BUILDING

Honeywell Building Solutions continua a rafforzare il suo portfolio di soluzioni per la sicurezza di ambienti e building, sia di ufficio che di produzione. Un esempio di come in casa Honeywell si sia pronti a recepire e ad anticipare le esigenze di mercato in termini di sicurezza fisica lo si è avuto alla fiera dedicata alla Sicurezza che si è svolta a Milano.

La società, che come evidenziato sviluppa innovazioni tecnologiche per il ciclo di vita degli edifici il cui obiettivo è di massimizzare l'efficienza delle strutture e assicurare

ambienti più sicuri, confortevoli, produttivi e intelligenti, ha in particolare presentato una gamma di soluzioni e prodotti che nel complesso permettono di garantire la sicurezza di un'area aziendale di qualsiasi dimensione, dal singolo ufficio a un intero aeroporto o complesse strutture ospedaliere. Tra queste, soluzioni quali:

- **Digital Video Manager R620:** una soluzione integrata per la videosorveglianza smart.

- **Outcome Based Service:**

un servizio basato su cloud per la gestione degli edifici per prioritizzare le attività di manutenzione.

- **Command and Control Suite:** una interfaccia tecnologica per edifici smart di nuova generazione.

- **Enterprise Building Integrator R500:** un sistema di building management per l'automazione e la gestione intelligente degli edifici.

Dispositivi chiave nelle soluzioni che Honeywell ha sviluppato sono poi specifici prodotti come l'AM-8200 (un sistema avanzato di rivelazione incendi), equiP Series cameras (telecamere progettate per garantire una elevata qualità delle immagini in ambienti a bassissima illuminazione) o Audionet-MX (un Voice Alarm System adatto a svariate applicazioni), prodotti da Honeywell Security and Fire.

Una soluzione integrata e smart

Il concetto di base nella vision di Honeywell Building Solutions per un building o un impianto industriale sicuro

di **Giuseppe Saccardi**

e smart, ha evidenziato Fabio Bruschi, District General manager per l'Italia, è che tutte le sue componenti, allarmi, videocamere, sensori, rilevatori di eventi (effrazioni, incendi, eccetera), sono visti come elementi di un sistema integrato, gestibile centralmente e analizzabili mediante strumenti di analytics che abilitano sia una veloce reattività agli eventi che una localizzazione precisa di cosa sta avvenendo di anomalo.

A livello di gestione il responsabile viene poi guidato nel suo intervento volto ad analizzare eventi e ad attuare le attività correttive, mediante guide precompilate, una sorta di check list delle attività obbligate da compiere, che garantiscono ulteriormente la sicurezza dell'intero sistema e che quanto fatto corrisponda ai piani operativi predisposti.

Una sorveglianza video rafforzata

Un esempio del livello tecnologico che sta alla base della

visione di Honeywell Building Solutions per la sicurezza di un ambiente di business è rappresentato dalla versione potenziata recentemente annunciata della sua soluzione video Honeywell Digital Video Manager (DVM), che comprende funzionalità smart per la sicurezza e la sorveglianza degli ambienti degli edifici moderni, sempre più complessi.

La nuova versione, DVM R620, consente alle organizzazioni di proteggere le operazioni di sicurezza su larga scala con caratteristiche atte a migliorare l'efficienza degli operatori e la conoscenza della situazione, in modo da individuare e risolvere più velocemente i malfunzionamenti e potenziare l'accuratezza e l'affidabilità delle operazioni di sicurezza.

È peraltro una soluzione che si adatta a un'ampia varietà di strutture, incluse installazioni complesse per la sicurezza in ambienti con requisiti rigidi, come ad esempio aeroporti, carceri, ospedali, scuole superiori e smart city.

HBS: Un approccio omnicomprensivo alla sicurezza e al benessere

Quello di Honeywell Building Solutions (HBS) è un approccio al building omnicomprensivo che si basa, ci ha illustrato Bruschi, su alcuni

pilastri chiave quali il benessere ambientale, la sicurezza, il controllo e una gestione integrata e smart.

«Il nostro portfolio di soluzioni e servizi per un building smart è rivolto al mondo produttivo e la Sicurezza in senso lato è uno dei pilastri della nostra strategia. Abbiamo soluzioni di sicurezza che si inquadrano nel contesto dello smart building. Con la nostra piattaforma di management BMS è possibile gestire qualsiasi tipo di edificio o ambiente industriale, dall'Ospedale alla grande stazione, dal palazzo uffici all'hotel. Le nostre soluzioni si basano su una storia pluridecennale con migliaia di installazioni in tutto il mon-

do di automazione e di gestione. Un secondo non meno importante è l'antincendio e un terzo è costituito da tutto quanto attinente al sistema di alimentazione energetica.

«Si tratta di sottosistemi che tramite BMS sono gestiti in modo integrato con un approccio che preferiamo chiamare "Integration of Things" più che semplicemente Internet of Things. Col BMS mettiamo a disposizione del business un sistema integrato che raccogliendo i dati generati nell'edificio e li gestisce in modo da ottimizzare consumi energetici e confort e che dà anche la possibilità di identificare in anticipo le



Sistema di gestione con operatore radio

do ed è su questa esperienza in field che costruiamo il futuro dei nostri sistemi», ha osservato Bruschi.

Come osservato quello della sicurezza integrata è solo uno degli aspetti coperti dalla

criticità, abilitando sia rapidi interventi che una manutenzione preventiva», ha osservato Bruschi.

Una volta raccolti, i big data possono essere fruiti nel cloud tramite strumenti

di analisi e un motore che esamina il comportamento dell'intero sistema, apprende dagli eventi e dagli interventi tecnici e allerta gli operatori in caso di bisogno.

L'approccio alla sicurezza è come accennato di tipo esteso e comprende sia quanto attinente al building che alle persone che vi si trovano. Il controllo accessi è uno degli aspetti salienti per quanto concerne la sicurezza del personale. Una App appositamente sviluppata permette ad esempio ad una persona di sapere sempre dove si trova o come arrivare in un locale dell'edificio o tramite connessioni wireless poter aprire con un click porte che permettono l'accesso ad ambienti riservati. Allo stesso tempo il sistema centrale sa sempre dove una persona si trova, in modo da poterla rintracciare e guidare gli interventi in caso di necessità.

«Quello che facciamo evidenzia da solo perché preferisco parlare di IoT come Integration of Things. Il BMS opera come un vero e proprio tessuto connettivo che unisce tutta la struttura dell'edificio. In caso di incendio, ad esempi, blocca automaticamente il flusso di aria condizionata in modo da per evitare la diffusione di fumi e fiamme, chiude le porte tagliafuoco e apre

quelle di evacuazione, mentre con le videocamera posso vedere se ci sono persone nelle aree critiche», ha evidenziato Bruschi.

Il portfolio di prodotti è solo la componente materiale del

servizio fornito da Honeywell Building Solutions. A esso si aggiungono altre componenti per realizzazioni chiavi in mano.

«Il nostro intervento è a 360°. E chiavi in mano. Comprende

l'assessment, la proposta, la progettazione esecutiva, eventualmente in abbinamento ai grandi studi di progettazione, la gestione del cantiere, il collaudo e la gestione del sistema negli anni. A farlo sia-

La cornice di Smau per il Summit di Intel, il cui country manager, Maurizio Riva, fa il punto dell'evoluzione tecnologica e delle tendenze in atto, con il contributo di IDC

INTEL DAI CHIP AI DATI PER GUIDARE L'INNOVAZIONE DIGITALE

di **Gaetano Di Blasio**

Leggi Intel e pensi ai processori, ma Maurizio Riva, country manager di Intel Italia afferma con decisione che, oggi, Intel «è una data company».

In effetti le soluzioni disponibili presso la società statunitense sono tra le più disparate e comprendono sistemi finiti, oltre alla componentistica, la cui integrazione per-



Questa volta
siamo noi
a chiedere aiuto
a voi.

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.

Selta potenzia il proprio canale distributivo e sceglie Omnia Comunicazioni per sviluppare il business Cloud di TIM

di **Giuseppe Saccardi**

SELTA RAFFORZA IL CANALE PER SVILUPPARE IL BUSINESS CLOUD

Selta, produttore italiano di tecnologie e soluzioni per la Business Communications, ha potenziato il proprio canale distributivo e siglato una partnership strategica con Omnia Comunicazioni, società di consulenza, system integration e outsourcing, per sviluppare congiuntamente il business legato alle soluzioni di comunicazione integrata smart di TIM.

L'accordo ha l'obiettivo di mettere a disposizione di TIM non solo le proprie competenze, esperienze e soluzioni nell'area della Unified Communications e Collaboration, ma anche quelle di Omnia Comunicazioni, per supportare attivamente lo sviluppo della infrastruttura di rete di TIM, in particolare in Lombardia, Piemonte, Valle D'Aosta, Liguria, Triveneto ed Emilia Romagna. Le risorse di Selta e Omnia Comunicazioni a

tal fine opereranno a stretto contatto con le strutture di TIM impegnate nella vendita e nella progettazione delle soluzioni di smart working nei territori citati.

«Grazie alla partnership strategica con Omnia Comunicazioni, Selta rafforza e amplia la propria offerta a supporto dello sviluppo in area Comunicazione Integrata di TIM. Omnia Comunicazioni opererà in ambito progettuale, di vendita e post vendita al fianco delle risorse SELTA, al



Gianluca Attura, Amministratore Delegato di Selta

fine di garantire il massimo supporto operativo a TIM», ha commentato Gianluca Attura, Amministratore Delegato di Selta.

Per Selta, l'accordo riveste una ulteriore importanza in quanto sancisce l'apertura del canale distributivo della società: Omnia Comunicazioni infatti è la prima nuova

società ad entrare nell'ecosistema di partner che Selta sta selezionando per affiancarla nella commercializzazione delle sue soluzioni in ambito ICT.

Nell'ambito della collaborazione i ruoli dei due partner sono chiari. Selta è un'azienda tecnologica italiana che opera nell'ambito delle infrastrutture critiche nazionali, con 45 anni di esperienza nei settori dell'automazione, telecomunicazioni e cyber security. Progetta soluzioni per l'automazione delle reti in ambito Energia e Trasporti, per le reti di Telecomunicazioni pubbliche e private e per la cyber security, ambito per cui collabora con il Ministero degli Interni e della Difesa italiana.

Omnia Comunicazioni è invece una azienda di consulenza, system integration e outsourcing che progetta, realizza e gestisce soluzioni innovative di Information and Communication Technology.



La sicurezza va affrontata come un processo riorganizzativo per proteggere il patrimonio informativo. Giulio Vada, di G Data, ne ha evidenziato le criticità

LA VISION E LE SOLUZIONI G DATA PER UN'AZIENDA SICURA E A NORMA

Il mercato della sicurezza è forse l'unico settore dell'IT in costante crescita. I motivi è inutile elencarli e spaziano dalla crescita dei cyber attacchi all'apparire di nuove normative, da quelle che interessano la protezione dei dati personali come stabilito dal GDPR a quelle che hanno l'obiettivo di proteggere le reti su cui transitano le operazioni finanziarie come la rete SWIFT.

Non stupisce quindi che G Data, società tedesca che

sviluppa soluzioni di sicurezza per reti e end-point, che commercializza in Italia tramite il Canale, veda, peraltro come altri operatori del settore, il futuro del mercato in modo positivo.

La positività del mercato per i fornitori di soluzioni di sicurezza non sempre corrisponde



Giulio Vada,
Country Manager di G DATA
per l'Italia

però a scelte corrette da parte delle aziende, soprattutto le PMI. Giulio Vada, Country Manager della società per l'Italia, mette in guardia contro approcci affrettati che possono portare a risultati ben lontani dalle aspettative e causare la perdita di dati che rappresentano un asset aziendale strategico.

«La sicurezza va affrontata come un percorso virtuoso che le aziende devono intraprendere in modo ponderato al fine di perseguire la compliance normativa. Va però posta attenzione al fatto che si tratta di un processo e non di un prodotto e in questo ci scontriamo con problemi culturali e realtà aziendali che evidenziano una scarsa conoscenza di quali siano e dove si trovino i dati sensibili e strategici per l'azienda, dove sono i dati dei clienti e a quali normative sono soggetti, o persino la documentazione riservata sui prodotti aziendali da cui il loro business dipende», evidenzia Vada.

Ci sono poi delle dinamiche del mercato come il cloud che, mette in guardia Vada, vanno affrontate e perseguite con

di **Giuseppe Saccardi**

cautela.

«Abbiamo una posizione attenta e critica allo stesso tempo nei confronti del cloud. Siamo focalizzati sulla protezione degli end-point e la nostra esperienza ci porta a suggerire un

approccio misurato al cloud, soprattutto da parte delle PMI. Sovente una azienda di questo tipo si rivolge al cloud per esternalizzare una complessità, per dotarsi di una soluzione senza affrontare investimenti in conto capitale, ma se è una soluzione di comodo molto spesso si rivela una soluzione non adatta. Si ignorano ad esempio aspetti contrattualistici o i reali termini di un contratto, con i rischi connessi per quanto concerne riservatezza, garanzia di protezione, rispondenza alle normative, eccetera», mette in guardia Vada.

Se a livello di principio il ricorso al cloud, visto il basso livello di partenza, non può che contribuire ad aumentare il livello medio di protezione, quello che G Data suggerisce come strada praticabile e con il miglior rapporto prestazioni-rischi è quella del cloud ibrido. «Per supportare le aziende nel loro rivolgersi al cloud abbiamo annunciato a SMAU la disponibilità della nostra offerta di servizi di sicurezza gestiti,



La soluzione Managed Endpoint Security

tipi di attacchi. Ma ci muoveremo fortemente verso soluzioni basate sostanzialmente sul

machine learning e l'AI, che sarà una delle nostre linee di sviluppo dell'immediato futuro», ha anticipato Vada.

La sicurezza a consumo

Come accennato, G Data ha annunciato a SMAU una soluzione SaaS per la gestione del parco installato chiamata Managed Endpoint Security. In pratica, le aziende che non dispongono di uno staff dedicato alla sicurezza IT potranno affidare tale compito al proprio fornitore di servizi IT senza che lo stesso debba trovarsi presso l'azienda. La piattaforma MES di G Data consente di gestire da remoto l'intero parco installato presso uno specifico cliente. Oltre a presentare tutte le funzioni centralizzate per la configurazione di policy e filtri applicabili a singoli client, gruppi o all'intera azienda, al deployment remoto di patch e al monitoraggio costante dello stato operativo dei sistemi, la soluzione assicura al fornitore di servizi IT e ai suoi clienti la trasparenza anche

in merito ai costi.

Il controllo della rete con Total Control

Disponibile nel portfolio G Data anche la soluzione Total Control Business, che fornisce una protezione ad alto livello contro gli attacchi esterni ed un controllo costante dell'infrastruttura essenziale per la produttività aziendale, e non meno importante, evidenzia l'azienda, la compliance al GDPR.

Nello specifico, G Data Total Control Business monitora la rete verificando lo stato operativo dei sistemi più critici per la produttività aziendale e notificando in tempo reale eventuali disservizi e o comportamenti anomali delle macchine. La suite semplifica la manutenzione di periferiche e client attraverso una piattaforma di patch management che velocizza la chiusura di vulnerabilità come quelle sfruttate da WannaCry e Petya, ma non solo.

Peraltro, osserva G Data, è una soluzione che beneficia della nuova tecnologia anti-ransomware integrata in tutte le applicazioni per la sicurezza aziendale firmate G Data e che consente di gestire policy e filtri centralmente, anche per i dispositivi mobili, che sono trattati alla stregua di qualsiasi altro client di rete ❖

La soluzione Dynatrace è ora disponibile su SAP Cloud Platform e offre ai clienti e ai partner un innovativo sistema di monitoraggio delle prestazioni per ambienti digitali

di Paola Saccardi

DYNATRACE ADERISCE AL PROGRAMMA SAP PARTNEREDGE

Entra a far parte del programma SAP PartnerEdge, la soluzione Dynatrace dell'omonima azienda che si occupa di digital performance management. D'ora in avanti sarà disponibile sul SAP App Centre la soluzione per il monitoraggio delle prestazioni integrato e automatizzato a livello AI (artificial intelligence) per il Cloud Foundry stack su SAP Cloud Platform. I partner di SAP possono utilizzare la soluzione Dynatrace senza alcun costo per monitorare il proprio ambiente di sviluppo Cloud Foundry mentre creano applicazioni per SAP Cloud Platform. Le funzionalità di Dynatrace

sono disponibili in pacchetti preconfigurati e facilmente accessibili che consentono di monitorare i carichi di lavoro e ottimizzare le prestazioni in ambienti cloud e ibridi, per tutto il ciclo di vita delle applicazioni.

La soluzione di Dynatrace rappresenta uno strumento utile sia ai clienti sia ai partner di SAP che necessitano supporto per la digital transformation, come spiega lo stesso Matthias Scharer, VP Business Operations di Dynatrace: "Negli attuali ecosistemi IT iper-complessi e iper-scalabili, è necessario avere una gestione delle prestazioni digitali integrata con i servizi e le ap-

plicazioni digitali. Senza tutto questo, è molto difficile avere successo perché significa che non si riesce a vedere la user experience reale o come l'applicazione si comporta nel cloud. Significa inoltre che non è possibile associare le prestazioni IT ai risultati aziendali o ottimizzare le risorse in modo corretto".

Marc Geall, SVP, SAP Cloud Platform Ecosystem, evidenzia il valore di Dynatrace per i membri del programma SAP PartnerEdge. "La pressione per innovare più velocemente sostenendo allo stesso tempo le prestazioni non è mai stata così alta. La gestione delle performance è fondamentale

e ora, con la soluzione Dynatrace, i partner possono creare nuove applicazioni sul nostro cloud. Dynatrace amplia il valore della nostra offerta innovativa per SAP Cloud Platform per ottimizzare le prestazioni delle applicazioni basate su SAP Cloud Platform".

Dynatrace sarà inoltre disponibile con licenza commerciale per clienti e partner tramite SAP App Center per monitorare il workload su SAP Cloud Platform tramite i pacchetti build di Cloud Foundry. Come partner SAP del SAP PartnerEdge, Dynatrace può creare, commercializzare e vendere applicazioni software basate sulle piattaforme tecnologiche di SAP. Il programma end-to-end offre strumenti, vantaggi e supporto per facilitare la realizzazione di applicazioni innovative e focalizzate su esigenze aziendali specifiche. Il programma offre l'accesso a tutte le principali tecnologie SAP in un quadro semplificato sotto un unico contratto globale, che include la possibilità di raggruppare licenze di SAP Cloud Platform con applicazioni partner. ❖



Il vendor polacco specializzato in soluzioni di backup e disaster recovery in cloud supporta la crescita dei propri partner: reseller e MSP

di Paola Saccardi

UN NUOVO PROGRAMMA PER I PARTNER DI XOPERO

Presente in Italia da poco più di un anno, il vendor di origine polacca, Xopero, si è posto l'obiettivo di supportare i partner nella crescita del business in cloud e mantenere la fidelizzazione del cliente finale. Per questo ha annunciato il nuovo programma di partnership che mette in primo piano la marginalità. Il programma prevede diversi livelli di collaborazione ed è indirizzato sia ai reseller sia alle strutture che si rivolgono al mercato come i Managed Service Provider (MSP).

Il primo livello di collaborazione è quello del 'Reseller Basic'. Xopero ha pensato a questo livello per i partner che desiderano iniziare ad avvicinarsi al mondo del backup in cloud proponendo un primo livello di ingresso totalmente gratuito. I rivenditori avranno in dotazione una sorta di "starter kit" che prevede l'accesso al pannello web reseller per il controllo di

tutti gli account venduti, per la gestione delle scadenze e per il monitoraggio del corretto funzionamento dei backup. Segue a questo il livello di 'Reller Autorizzato', per un'offerta più strutturata rispetto alla dotazione base. Il rivenditore autorizzato avrà a disposizione maggiori servizi e strumenti per la gestione del proprio parco clienti quali, per esempio, la console centralizzata, la gestione dei set di backup dei propri clienti da

remoto e webinar specifici organizzati da Xopero per gli utenti finali.

Per i partner più esigenti, invece, è disponibile la categoria di 'Gold Reseller' che raggruppa tutti i vantaggi già previsti per i Reseller Autorizzati e in più include un co-brand della piattaforma per fidelizzare ancora di più i propri clienti. L'accesso sia ai livelli di partnership Autorizzato sia Gold avvengono attraverso l'acquisto di un semplice cre-

dito prepagato, che potrà in ogni caso essere Infine, Per gli MSP, Xopero propone due opzioni di partnership. La prima è indirizzata ai 'Branded Reseller', ovvero a coloro che desiderano utilizzare i prodotti esistenti, ma con la necessità di fare un rebrand con il proprio nome e logo su ogni parte della piattaforma.

L'altra categoria si chiama 'BULK' e si indirizza a quegli MSP che hanno un volume di dati più importante da gestire (minimo 5TB). Gli MSP che aderiranno a questo tipo di partnership avranno l'opportunità di entrare nel business del cloud backup come se fossero dei Cloud Service Provider, creando prodotti personalizzati e pagando un canone mensile calcolato sullo spazio di storage effettivamente occupato, senza dover affrontare un cospicuo investimento iniziale in licenze o infrastrutture. ❖



L'inaugurazione rafforza l'impegno di Aruba nell'erogazione di servizi di nuova concezione per le esigenze delle aziende impegnate nella digital transformation

di **Giuseppe Saccardi**

ARUBA INAUGURA IL GLOBAL CLOUD DATA CENTER

È stato ufficialmente inaugurato in presenza di Stefano Cecconi, Amministratore Delegato di Aruba il nuovo Global Cloud Data Center della società, che fungerà da polo tecnologico, situato a una trentina di chilometri da Milano.

«Solitamente con l'inaugurazione si dichiara la fine dei lavori e il completamento di un'opera e questo è vero anche per noi, ma al tempo stesso questa inaugurazione è la posa della prima pietra di un progetto ancora più grande, l'apertura di un'area di 40.000

mq a fronte dei 200.000 mq di superficie totale del campus» ha commentato Cecconi, evidenziando come ad oggi circa il 60% della struttura sia già stato occupato o prenotato.

Global Cloud Data Center è una struttura che è stata progettata, ha spiegato il manager, per mettere a disposizione elevati standard di sicurezza e prestazioni e garantire un pari alto grado di efficienza energetica, non solo per ridurre il più possibile l'impatto sull'ambiente, ma anche per assicurare qualità e convenienza dei servizi.

Il Global Cloud Data Center, in proposito, utilizza un impianto di raffreddamento geotermico ad alta efficienza ed è alimentato da energia proveniente da fonti rinnovabili di origine certificata a cui si aggiungono una centrale elettrica ed impianti fotovoltaici di proprietà situati all'interno del campus stesso.

Tutti i sistemi sono stati progettati e costruiti per soddisfare ed eccedere i livelli di resilienza previsti dal livello Rating 4 (former Tier4) di ANSI/TIA 942-A.

Un portfolio di servizi ad ampio spettro

L'inaugurazione conferma l'impegno di Aruba nell'erogazione di servizi di nuova concezione per rispondere alle esigenze delle aziende impegnate nella digital transformation. Fondata nel

1994, fornisce con i suoi centri servizi di data center, web hosting, e-mail, PEC e registrazione domini. È attiva in quattro differenti ambiti di business: data center, cloud, hosting e domini, e-security e servizi certificati.

È attiva sui principali mercati europei quali Francia, Inghilterra e Germania e vanta la leadership in Repubblica Ceca e Slovacca oltre ad una presenza consolidata in Polonia e Ungheria.

Con i suoi centri fornisce servizi di hosting, cloud pubblico e privato, housing e colocation, server dedicati, firma digitale, conservazione sostitutiva, fatturazione elettronica, posta elettronica certificata, certificati SSL e produzione di smart-card.

Tramite Aruba Business mette a disposizione i servizi ad un vasta rete di IT partner e tramite il suo brand Pratiche.it fornisce servizi di recupero e consegna di documenti in tutta Italia. ❖



Il taglio del nastro del nuovo data center di Aruba

L'offerta focalizzata sul canale, è basata sul portale self-service e fa leva sui sistemi integrati Primeflex e su un delivery semplice del portfolio cloud

di **Giuseppe Saccardi**

CRESCE ANCORA IL PORTFOLIO CLOUD DI FUJITSU DEDICATO AL CANALE

Da oggi, i SELECT Partner di canale di Fujitsu hanno la possibilità di fornire ai clienti servizi cloud-based, utilizzando un accesso self-service e user-friendly all'Hybrid Cloud Portal di Fujitsu. Con l'annuncio, vista la consolidata tendenza di muoversi verso il cloud, Fujitsu si è proposta di fornire ai Partner di canale l'opportunità di evolvere in società service-oriented, sfruttando il cloud come nuova possibilità di ricavi, e di posizionarsi come realtà in grado di offrire del valore aggiunto ai propri clienti.

Un processo in più fasi

La prima fase della nuova offerta Fujitsu Hybrid Cloud fa leva sul suo Enterprise Service Catalog Manager (ESCM), un portale self-service

che consente ai partner di offrire nuovi servizi cloud ai propri clienti, come l'identity management, l'accounting e la capacità di gestione delle sottoscrizioni.

Il portale consente ai partner di definire e distribuire ambienti cloud privati per i clienti, basati sui sistemi integrati Primeflex. Le fasi successive prevedono ulteriori opportunità per rivendere servizi ad alto valore aggiunto come Infrastructure-as-a-Service (IaaS) e Platform-as-a-Service (PaaS).

Il nuovo Fujitsu Hybrid Cloud Portal, ha spiegato la società, fornisce ai partner di cana-

le anche nuove tipologie di soluzioni, in modo che a loro volta possano supportare i propri clienti nel processo di adozione del cloud e di trasformazione digitale.

La nuova offerta deriva anche dalla considerazione che la tendenza ad adottare soluzioni di cloud computing ha eroso in parte la tradizionale offerta dei partner di canale e che i clienti finali sono alla ricerca di partner fidati che li aiutino nel processo di innovazione digitale.

I partner di canale possono così rispondere a questa esigenza e creare ambienti ibridi in grado di bilanciare i

vantaggi di sistemi basati su cloud privato con la tradizionale tecnologia IT on-premise.

Servizi per progettare i cloud ibridi

Ai partner di canale interessati a offrire servizi Hybrid Cloud, Fujitsu propone anche diverse possibilità di training: il livello base è obbligatorio, mentre per poter ottenere l'accreditamento a Select Expert Hybrid Cloud prevede opzioni aggiuntive di approfondimento, ad esempio, nei servizi specializzati e nei modelli finanziari.

I partner possono inoltre imparare a definire e fornire nuovi servizi per i clienti all'interno dell'Enterprise Service Catalog Manager, creare un proprio modello di

prezzi e personalizzare il layout del portale in modo che rifletta le caratteristiche del brand dei reseller. ❖



Il catalogo del sito

Servizi managed e cloud, gestione centralizzata, protezione del deal, maggiori sconti gli strumenti a disposizione del canale per aumentare il business

di **Giuseppe Saccardi**

SOPHOS LANCIA UN PARTNER PROGRAM PER FAR CRESCERE I PARTNER

Nel corso di un evento svoltosi a Milano nel noto locale di musica jazz, il Blue Note, Sophos, società specializzata nella protezione delle reti e dell'endpoint, ha presentato il suo nuovo Partner Program.

Società fortemente centrata sul canale e sui partner, che in Italia annoverano a 5 distributori e 1100 operatori di canale, la sua strategia per il 2018, ha illustrato, è specificatamente orientata ad incrementarne i ritorni di business tramite un rafforzamento del supporto marketing, formazione e un piano di incentivazione aggiuntivo tarato sull'impegno dei diversi livelli di partnership previsti.

Il nuovo programma dedicato al canale, ha illustrato il suo responsabile Fabio Buccigrossi, è stato per questo sviluppato per offrire ai partner di Sophos innovative strategie di protezione dell'opportunità di business, training dedicati, iniziative di co-marketing e migliori margini di profitto.

Keep it simple

In Keep it simple può essere riassunta la strategia illustrata da Sophos per il canale, innanzi ad una platea che ha visto presenti all'evento circa 250 manager in rappresentanza di circa 200 aziende partner. Tre i punti principali su cui si basa.

In primis una struttura più semplice derivante dal consolidamento dei livelli in Authorized, Silver, Gold e Platinum, in modo che i partner possano determinare più facilmente il loro livello di investimento nel programma.

Il secondo punto è relativo al miglioramento del processo di Deal Registration. E' un punto particolarmente critico nel garantire i profitti e la tutela degli investimenti sul cliente.

Nello specifico, oltre a beneficiare di un sensibile incremento degli sconti standard, volto ad offrire una protezione dell'opportunità maggiore, i partner saranno affiancati in



Fabio Buccigrossi,
channel director di Sophos

esclusiva durante tutto il processo di vendita dal team di consulenti commerciali e sales engineer di Sophos.

In sostanza, ha commentato Buccigrossi, potranno disporre di un supporto continuativo nel corso di tutte le fasi del ciclo di vendita, dalle dimostrazioni di prodotto ai "proof of concept", fino alla definizione del prezzo più competitivo per loro.

Terzo ma non meno importante punto è quanto concerne l'Incumbent Renewal, che si concretizzerà nel fatto che per i Partner Silver, Gold e Platinum saranno previsti degli ulteriori sconti sui rinnovi a loro assegnati.

A questo si aggiunge il Por-

tale Partner e una App a disposizione del canale per ottenere le informazioni più aggiornate sulle campagne di marketing e sui prodotti, oltre al supporto completo del team di supporto tecnico interno Sophos disponibile 24 ore su 24, 7 giorni su 7, 365 giorni su 365.

«Il canale rappresenta una componente fondamentale del successo di Sophos e siamo dunque molto orgogliosi di aver ulteriormente arricchito ed ottimizzato il nostro programma ad esso dedicato. In Sophos puntiamo a fare in modo che i nostri Partner traggano il massimo beneficio possibile dalla collaborazione con noi. Offriamo infatti un portafoglio di soluzioni di sicurezza completo ed integrato in grado di assicurare la loro leadership tecnologica, impegnandoci affinché possano offrire ai loro clienti una consulenza strategica ed un supporto a valore aggiunto, beneficiando così di un vantaggio competitivo imprescindibile sul mercato attuale» ha commentato Marco D'Elia, Country Manager Sophos Italia. ❖

**Tu con il tuo 5x1000
puoi ridargli la vista!**



Restituisci la vista ai bambini ciechi del Sud del mondo.

*Scrivi sulla tua dichiarazione dei redditi il codice fiscale di **CBM Italia Onlus**.*

97 299 520 151

Restituisci la vista a un bambino che, senza di te, vivrebbe per sempre nel buio della cecità.

cbmitalia.org

cbm
insieme per fare di più

SAP VEDE UN'AZIENDA INTELLIGENTE NEL FUTURO DIGITALE

Come e perché affrontare la trasformazione digitale per prepararsi al cambiamento dei mercati, sfruttando la digital infinity

di **Gaetano Di Blasio**

Luisa Arienti, amministratore delegato di Sap Italia ha introdotto il Sap Forum 2017 sottolineando la necessità di affrontare la Digital Transformation, anzi, evidenziando come siano ormai in ritardo le imprese che ancora non stanno sfruttando le opportunità offerte da questa trasformazione.

Sap si trova in una posizione d'osservazione privilegiata, sostiene Arienti, avendo Sap stessa affrontato un profondo cambiamento e lavorando con tante imprese che hanno capito come utilizzare i tanti dati a disposizione per trasformarli in informazioni, a loro volta "alimento" di motori decisionali.

Arienti ha presieduto una tavola rotonda



per la stampa specializzata ospitando Ranieri Niccoli, Chief Manufacturing Officer Member of the Management Board di Automobili Lamborghini S.p.A. e Giovanni Passoni, amministratore delegato di Velp Scientifica, insieme a Steve Stathis Tzikakis, Regional President Sap South Europe, Middle East & Africa.

Quest'ultimo illustra la "digital Infinity", cioè la produzione senza fine di dati provenienti da qualsiasi cosa, animale o persona. Chiaramente non tutti questi dati sono utili e il come saperli selezionare e analizzare è la principale sfida per il presente e il futuro.

La tecnologia può evidentemente aiutare, ma anche qui si deve riconoscere il cambiamento: «Solo cinque anni fa non esistevano tutte le soluzioni che oggi ci possono aiutare, come il cognitive computing o il machine learning, e la user experience era completamente differente». Tzikakis pone l'accento sul fatto che questa trasformazione riguarda le grandi

Da Sinistra a destra: Giovanni Passoni, amministratore delegato Velp Scientifica, Luisa Arienti, amministratore delegato Sap Italia, Ranieri Niccoli, Chief Manufacturing Officer Member of the Management Board Automobili Lamborghini S.p.A., Steve Stathis Tzikakis, Regional President SAP South Europe, Middle East & Africa



imprese tanto quanto le piccole e la possibilità di personalizzare al massimo il servizio per il cliente, proprio grazie alle nuove user experience digitali, dovrebbe favorire l'imprenditorialità italiana, che dell'attenzione al cliente ha sempre fatto un punto di forza.

Non a caso le aziende invitate alla tavola rotonda non sono particolarmente grandi, pur rappresentando l'eccellenza nei loro rispettivi settori. Ad accomunare Lamborghini e Velp è proprio l'investimento sui dati e sul cambiamento dei processi.

Spiega Niccoli: «Grazie alle innovazioni dell'Industry 4.0 siamo in grado di otti-

famiglia sulla tappezzeria».

Ranieri, Chief Manufacturing Officer Member of the Management Board di Automobili Lamborghini.

Velp Scientifica, poco più di 60 dipendenti, un ufficio a New York e altri in Asia, realizza macchinari per analisi di laboratorio ha scelto Sap Leonardo per accelerare e migliorare la ricerca, passando al cloud e integrando la soluzione con il resto dell'architettura, perseguendo una strategia "Think big, start small, scale fast". Proprio Sap Leonardo è la soluzione la digital transformation, ma il successo si ottiene avendo cura di quattro caratteristiche, spiega Arienti, citando una ricerca realizzata con 3000 aziende partecipanti: la profondità della trasformazione, che sia business prima che tecnologica, l'attenzione ai bisogni del cliente, la coltivazione del talento (che prevede una continua formazione destinata ai dip-

endenti) e l'innovazione. Quest'ultima è fondamentale, ma non deve essere fine a se stessa (ricordando la prima caratteristica) e deve essere introdotta in azienda affiancando l'infrastruttura esistente, perché il business deve continuare senza interruzioni.

L'azienda intelligente

Quelli presentati al Forum sono solo alcuni dei numerosi casi di successo. Alessandro Passoni, Head of Sales SAP Cloud Platform in SAP EMEA South, ne

ha presentati altri in una successiva occasione d'incontro con la stampa, per evidenziare le potenzialità legate all'intelligenza portata dall'analisi dei dati.

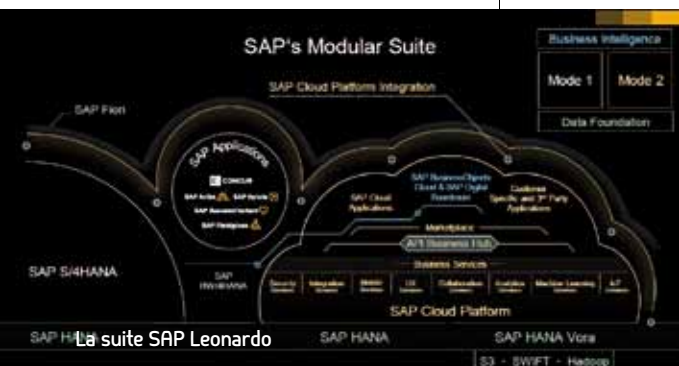
In particolare, un caso molto interessante è quello che ha visto protagonista il team AkzoNobel, partecipante all'edizione 2017-18 della Volvo Ocean Race.

Il progetto era finalizzato a far raggiungere una forma fisica ottimale e ottenere prestazioni di elevato livello ai membri dell'equipaggio. Questi sono stati dotati sensori biometrici.

Utilizzando l'edge computing per l'Internet of Things (IoT) fornito da SAP Leonardo IoT Edge, il team può monitorare la preparazione atletica e il grado di affaticamento dell'equipaggio durante le regate, in modo da ottimizzarne i risultati basandosi sui dati raccolti.

Simeon Tienpont, skipper del team AkzoNobel, ha osservato come questa tecnologia permetta di andare ben oltre gli elementi meteorologici e il calcolo del percorso ideale: «La tecnologia fornita da SAP ci offre uno strumento che ci permette di ottenere le migliori prestazioni dall'equipaggio» e ha poi aggiunto: «Queste innovazioni tecnologiche aiuteranno a superare i confini del nostro sport e possono finalmente fare la differenza».

Più in dettaglio, osserviamo che l'affaticamento fisico e mentale rappresenta la maggiore sfida per un equipaggio durante una gara di otto mesi. I 7 sensori che ciascun atleta "indossa" funzionano 24 ore su 24 e i dati biometrici e l'analisi in tempo reale possono essere forniti durante l'intera gara. ❖



La suite SAP Leonardo

mizzare i processi e di proporre una profonda personalizzazione dell'auto».

Per esempio il colore: «Non si tratta di sceglierne uno tra quelli a disposizione, ma di poter avere il rosso esattamente uguale allo smalto preferito dalla moglie, oppure di poter cucire lo stemma di

MOBILE. IoT. CLOUD. SICUREZZA.

PER NOI NON FA DIFFERENZA.

Fortinet offre una piattaforma unica e ottimizzata,
che affronta tutte le minacce che mettono a rischio la tua realtà.

Piccola o grande, per noi non fa differenza.

Visita www.fortinet.it per maggiori informazioni.

FORTINET®

Sicurezza senza compromessi