

## RETAIL: IN ITALIA FURTI PER 2,10 MILIARDI DI EURO

Secondo il Barometro mondiale dei furti nel Retail promosso da Checkpoint Systems le differenze inventariali incidono per l'1,23% sulle vendite del settore. pag.5



## DELL PARTNER DIRECT: SOLUZIONI END TO END PER FAR CRESCERE IL CANALE

Dell vuole crescere insieme al canale indiretto e per questo l'azienda statunitense mette in campo, da un lato un programma di canale che si arricchisce di nuovi strumenti online e, dall'altro, un'offerta sempre più ampia, in funzione di una strategia orientata a fornire una gamma end to end di sistemi e soluzioni per supportare la digital transformation degli utenti finali.

È questa la sintesi dei due giorni del Dell Partner Direct, l'evento europeo dedicato al canale, che



ha visto la partecipazione del fondatore della società, Michael Dell, in occasione della chiusura, a dimostrazione di quanto i 700 partner europei presenti siano importanti per il business della società.

L'articolo completo a pag.3

## ICECAT: CRESCE IL CANALE ONLINE NEL 3° TRIMESTRE 2015

Continua lo sviluppo del canale online a livello mondiale: +80% nel terzo trimestre dell'anno in corso. Nuovi settori emergenti: food e beni di largo consumo. pag.7

n° 160  
mercoledì 11.11.2015

Il programma di D-Link per gli installatori di sicurezza pag.9

L'offerta di Sophos distribuita da Horus

Informatica pag.9

Infocert acquisisce

Eco-Mind App Factory pag.10

Hp TippingPoint passa a Trend Micro pag.10

Lo storage all-flash array di SolidFire da Softpi pag.10

Daniele Puccio alla guida di Xerox in Italia pag.10



# Fortinet- Le minacce si fermano qui

L'interesse nel proteggere le vostre risorse business sono più alte che mai. Attacchi avanzati e mirati stanno per essere lanciati con l'obiettivo di rubare dati sensibili aziendali, beni di proprietà intellettuali e informazioni privilegiate. E i tradizionali mezzi di difesa spesso non sono in grado di rilevare e mitigare questi attacchi.

Fortinet offre una soluzione completa, multi-layer che racchiude i 3 step fondamentali dell'Advanced Threat Protection (ATP): Mitigation, Discovery e Response. Fortinet ATP unisce una serie di tecnologie avanzate con l'obiettivo di creare una protezione dalle minacce moderna ed intelligente per assicurarsi che utenti, device ed applicazioni possano connettersi in modo sicuro alla rete. E tutte queste tecnologie sono garantite dagli esperti di ricerca sulle minacce FortiGuard.

Ogni organizzazione, grande o piccola che sia, è un obiettivo potenziale per attacchi mirati. Non prendetevi questo rischio- proteggete la vostra rete con Fortinet.

**FORTINET**

[www.fortinet.com](http://www.fortinet.com)

# Dell Partner Direct: soluzioni end to end per far crescere il canale

*L'acquisizione di EMC altro tassello per spingere i partner verso system integration e servizi basati su un'offerta end to end. 70% del fatturato prodotto dal canale. VMware e le altre società del gruppo EMC restano indipendenti.*



Michael Dell - Dell

L'obiettivo di Dell è creare insieme al canale indiretto e per questo l'azienda statunitense mette in campo, da un lato un programma di canale che si arricchisce di nuovi strumenti online e, dall'altro, un'offerta sempre più ampia, in funzione di una strategia orientata a fornire una gamma end to end di sistemi e soluzioni per supportare la digital transformation degli utenti finali. È questa la sintesi dei due giorni del Dell Partner Direct, l'evento europeo dedicato al canale, che ha visto arrivare il fondatore della società, **Michael Dell**, per la chiusura, a dimostrazione di quanto i 700 presenti appartenenti ai partner europei siano importanti per il business della società. Del resto, durante il proprio keynote nella mattinata del 4 novembre, **Michael Collins**, vice president EMEA Strategy di Dell ha rivelato che la quota di vendite realizzate dal canale è arrivata al 70% (in Italia siamo oltre il 60%, secondo quanto

ci ha dichiarato **Ralf Jordan**, executive director Broadline Distribution per Dell EMEA). Presenti anche diversi partner tecnologici, con Intel e Microsoft in prima fila, ma, ovviamente, il tema dominante durante i break era l'acquisizione di EMC, su cui Dell si è speso poco, inquadrandola nell'ottica dell'offerta end to end, dal client al centro del data center e oltre. Acquisizione che è apparsa ben apprezzata dal canale, almeno a giudicare dalle impressioni raccolte durante la cena con alcuni dei partner italiani. Anche se pochi si sbilanciano, preferendo aspettare di vedere come proseguirà l'integrazione. Questa sarà veloce, almeno sul fronte del business, perché va bene "business as usual" ma il "momentum" è adesso. Nessuno scossone, comunque per quanto riguarda VMware (che ricordiamo essere posseduta da EMC), la quale continuerà ad avere la propria indipendenza e a sviluppare le partnership tecnologiche come ha fatto

finora. Michael Dell, infatti, ha ribadito la propria filosofia votata all'openess: standard aperti che fanno da volano all'innovazione con beneficio di tutti. Innovazione su cui Dell vuole puntare sempre più, lasciando intendere che vuole mantenere l'azienda privata.

## Crescere con Dell

A proposito d'innovazione Dell cita hybrid cloud, security, mobility e digital transformation quali driver del business basato sulle soluzioni e sottolinea come andrà arricchendosi il portfolio end to end con l'arrivo di EMC e, più in particolare, di RSA e Airwatch. Quest'ultima, in forte e costante crescita, evidenzia Dell, è tra i protagonisti dell'Enterprise Mobility, ambito in cui il fondatore sottolinea l'importanza dei server: «perché sugli smartphone non arriva nulla che prima non sia stato su un server e su un server risiederà anche dopo». Ma un'ampia gamma non basta e infatti in Dell si sono preoccupati di sviluppare nuovi tool che

possano supportare i partner nella vendita delle soluzioni e nella crescita aziendale. Per esempio un nuovo configuratore, ci ha spiegato **Andreas Schuetze**, director Channel Marketing & Programs di Dell EMEA, facilita molto la personalizzazione. Oppure il tool DPACK consente di ottenere rapidamente un'analisi delle prestazioni di un'infrastruttura. Poi ci sono altri strumenti e blueprint che pure supportano nella progettazione. Schuetze sottolinea l'intenzione di accrescere la relazione con i partner: «Oggi il mercato si va consolidando e molti reseller si concentrano su non più di tre vendor. Noi vogliamo essere uno di quei tre». È in questa direzione che sta spingendo Dell. Non è un caso, infatti, che l'unico partner portato sul palco è stato ITsure, azienda tedesca che ha registrato una crescita notevole proprio grazie all'aumento di competenze sulle Dell Solutions e alla "fidelizzazione" con Dell.

**Gaetano Di Blasio**



# LIBERATI

DEL TUO VECCHIO CENTRALINO  
GRAZIE A UN CENTRALINO SOFTWARE IP



## AGGIUNGE MOBILITA' AUMENTA LA PRODUTTIVITA' ABBATTE I COSTI

### 10 Vantaggi di 3CX Phone System

1. Software based: Facile da installare e gestire
2. Conveniente all'acquisto ed in caso di espansione
3. Collegati da ovunque con le app per iOS & Android
4. Sfrutta la tua infrastruttura IT esistente e le tue risorse hardware
5. Risparmia sulla bolletta grazie a connessioni VoIP e agli interni remoti o mobili
6. Videoconferenza integrata su tecnologia WebRTC
7. Gestione avanzata delle code di chiamata per un miglior customer service
8. Integrabile in piattaforma CRM e di contabilità
9. Standards based: compatibile con i più popolari telefoni IP e provider VoIP
10. Funzionalità Click 2 Call da pagina web

**3CX**  
Software PBX for Windows

Scarica la versione gratuita da  
**WWW.3CX.IT**  
o chiamaci allo +39 (055) 093 5447



# Retail: in Italia furti per 2,10 miliardi di euro

*Secondo il Barometro mondiale dei furti nel Retail promosso da Checkpoint Systems le differenze inventariali incidono per l'1,23% sulle vendite del settore*

Il valore annuo delle differenze inventariali nel mondo è di 92,98 miliardi di euro. Queste perdite - causate da fenomeni di taccheggio, frodi da parte di clienti, dipendenti, fornitori o da errori amministrativi - hanno rappresentato, in media, una percentuale pari all'1,23% delle vendite retail in 24 Paesi esaminati. È l'indicazione più eclatante contenuta nell'Edizione 2015 del Barometro Mondiale dei Furti nel Retail, studio promosso da un Fondo indipendente di Checkpoint Systems e condotto nel 2014-2015 da The Smart Cube, in collaborazione con Enrie Deyle, analista della prevenzione delle perdite nel retail.

L'Italia si classifica al 17° posto su 24 Paesi a livello mondiale, per le differenze inventariali che si attestano da noi all'1,01% del fatturato, per un valore totale di 2,95 miliardi di euro di perdite per gli esercenti ed un costo pari a 208,58 euro per famiglia e 90,68 euro a persona. In dettaglio secondo questa fonte, nel nostro Paese, quasi il 70 % delle

differenze inventariali è dovuta ai furti, di cui il 45% da parte dei clienti, il 23% dei dipendenti disonesti, seguiti dagli errori amministrativi, che si assestano al 19% e dalle frodi dei fornitori per un 13%.

Tutto sommato un risultato comparativo o leggermente migliore o allineabile a quello di altre graduatorie basate su indicatori di natura economica, sociale e tecnologica. La criminalità organizzata resta un problema chiave per i Retailer italiani che affermano di non riuscire a combatterla a causa delle leggi, non sufficientemente rigide. Per questo, molte insegne hanno sottoscritto accordi di collaborazione con i fornitori di tecnologie per proteggere gli articoli direttamente dal luogo di produzione, alla fonte per ridurre così le differenze inventariali. In Italia i sistemi EAS (sorveglianza elettronica degli articoli) restano il metodo di protezione maggiormente utilizzato (83%) insieme al personale di sicurezza (75%) seguiti dalla videosorveglianza a circuito

chiuso CCTV (67%). Le categorie merceologiche maggiormente colpite a livello mondo sono l'Alimentare, con vini e liquori in testa alla classifica, seguiti da formaggio e carne fresca; il Fashion, con accessori moda, calzature ed abbigliamento sportivo; l'Health & Beauty, dove, ai primi posti troviamo lamette, cosmetici e profumi e, l'Hi-Tech, dove i prodotti più a rischio sono accessori per cellulari, iPhone, smartphone, iPad e tablet. Infine nel Brico gli attrezzi elettrici, le batterie ed i cavi sono in cima alla classifica dei prodotti più rubati.

L'Italia segue il trend mondiale trovando in cima alla classifica il settore dell'abbigliamento con il 2,62% di differenze inventariali.

Sempre a livello globale, in termini di differenze inventariali per mercato verticale, si posizionano al primo posto le farmacie e le parafarmacie (1,99%), al secondo i retailer del segmento abbigliamento (1,80%), al terzo i Retailer specializzati nella vendita di gioielli e orologi (1,73%) e a seguire,



i grandi magazzini (1,66%). L'Italia segue il trend mondiale con in cima alla classifica il settore dell'abbigliamento con il 2,62% di differenze inventariali.

«Sono ormai quattordici anni che finanziamo quella che continua ad essere l'unica ricerca statistica globale del settore» afferma **Alberto Corradini**, Country Manager Italia Checkpoint Systems. «Per contrastare l'aumento delle differenze inventariali, i retailer stanno adottando strategie che valutano le perdite da una prospettiva più ampia e a tutti i livelli dell'organizzazione, oltre a collaborare con fornitori e partner di soluzioni. Con l'implementazione di corrette tecnologie e processi è possibile migliorare la disponibilità della merce, la soddisfazione dei clienti e la redditività dei retailer».

Checkpoint Systems studia questi fenomeni in quanto fornitore di soluzioni per la disponibilità della merce nel settore retail, che comprendono la prevenzione delle perdite e la visibilità della merce. **Gian Carlo Lanzetti**

Per maggiori informazioni sulle soluzioni  
contatta il tuo Partner Dell di riferimento.



PartnerDirect

# La connettività di rete aperta in tutta l'azienda. Lo switch di ultima generazione.

Dai uno slancio all'innovazione con i nuovi switch Dell  
aperti standard da 1GbE a 100GbE ottimali per SDN.



# Icecat: cresce il canale online nel 3° trimestre 2015

*Continua lo sviluppo del canale online a livello mondiale: +80% nel terzo trimestre dell'anno in corso. Nuovi settori emergenti: food e beni di largo consumo*

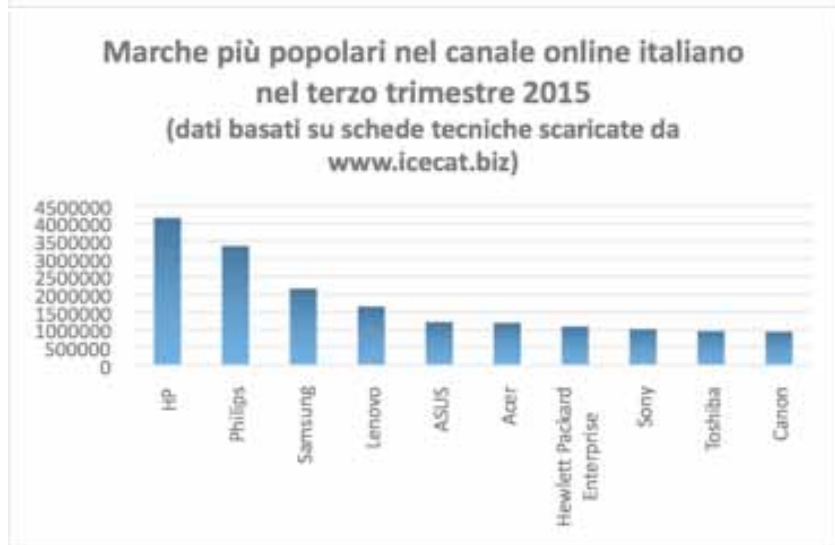
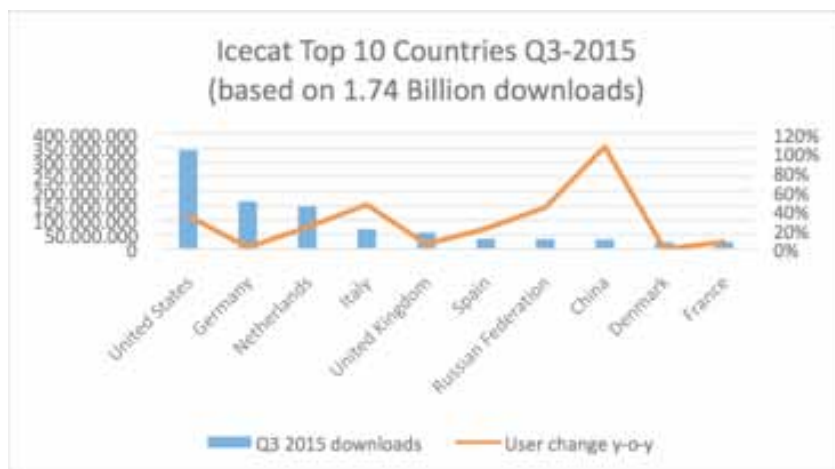
Icecat, fornitore a livello mondiale di informazioni di prodotto (schede tecniche) e market intelligence, ha rilasciato l'aggiornamento dei dati raccolti nel canale e-commerce che mostrano la continua crescita a livello mondiale: +80% nel terzo trimestre 2015. I dati si basano sul numero di schede prodotto che vengono scaricate dagli utenti.

In testa alla classifica si trovano gli USA, Germania e Paesi Bassi, mentre è la Cina il paese che registra il più rapido sviluppo in questo senso. In Italia il numero di schede tecniche scaricate riportato da Icecat è di 31,8 milioni, cifra che posiziona il Bel Paese in decima posizione nei paesi che utilizzano maggiormente il canale online. In realtà, tuttavia, il nostro Paese ha registrato una decrescita del 5% rispetto al primo trimestre di quest'anno.

Icecat ha anche comunicato le marche hanno registrato il tasso di crescita più significativo nel numero di schede di prodotto richieste dagli utenti: MSI,

Philips e Dell. Hewlett Packard Enterprise risente, invece, della separazione da HP, passando dalla terza alla decima posizione rispetto al secondo trimestre di quest'anno. HP, Philips e Lenovo sono comunque i brand più richiesti dal Web.

Anche i dati sull'Italia risentono della divisione di HP: Hewlett Packard si piazza al settimo posto tra le marche più richieste, mentre HP, Philips e Samsung occupano il podio. I prodotti che attirano maggiormente l'interesse degli italiani ci sono i notebook, le cartucce ad inchiostro (ulteriore crescita del 75%) e le cartucce laser e toner. Il Bolt delle categorie più richieste è rappresentato dagli smartphone (+131% rispetto al primo trimestre del 2015). Mentre a livello mondiale



la classifica delle top 10 categorie che registrano la crescita maggiore vi sono le lampadine per auto e le matite colorate, oltre allo smartwatch.

Infine, spiega il Presidente e fondatore di Icecat, **Martijn Hoogeveen** segnala che: «Tra le nuove categorie e marche

che si sono aggiunte al nostro catalogo online, e che dunque si affacciano all'e-commerce, prevalgono quelle appartenenti al cibo o simili e i beni di largo consumo. I giganti del settore dovranno aprirsi a loro volta al canale online, altrimenti rischieranno di soccombere». **P.S.**



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



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

#### Le tappe 2015:

BERLINO  
12-13 marzo

PADOVA  
1-2 aprile

TORINO  
29-30 aprile

BOLOGNA  
4-5 giugno

FIRENZE  
14-15 luglio

MILANO  
21-22-23 ottobre

NAPOLI  
10-11 dicembre

# Il programma di D-Link per gli installatori di sicurezza

D-Link ha rilasciato un programma dedicato agli installatori di sicurezza, lo Smart Installer Program (SIP), che offre promozioni e vantaggi specifici per questa categoria. In più, oltre al nuovo programma, D-Link ha rilasciato la nuova linea Vigilance di telecamere di sicurezza che consente agli installatori di disporre di una gamma completa di prodotti pratici e scalabili. La nuova linea Vigilance è composta da cinque videocamere HD adatte a diverse esigenze che possono

essere installate presso abitazioni private o aziende, sia in ambienti interni sia esterni, comprese le zone ad alto rischio. Vigilance supporta formati standard per il settore, così da integrarsi senza difficoltà agli altri sistemi esistenti.

Con il programma Smart Installer D-Link vuole supportare gli installatori a salvaguardare i propri margini grazie a una serie di strumenti e benefit riservati ai partner, come, per esempio, prezzi d'acquisto vantaggiosi, offerte bloccate,

strumenti di vendita completi, formazione dedicata e assistenza alla vendita. I partner potranno accedere al portale dedicato agli Smart Installer per consultare direttamente le informazioni relative ai prodotti, ricevere informazioni in materia di prezzi e consulenza tecnica, richiedere il supporto alle vendite e usufruire di tutti i benefit.

Il country manager di D-Link, **Alessandro Taramelli**, ha commentato: «Il mercato della videosorveglianza italiano offre buone

opportunità di crescita agli installatori di sicurezza, ma non basta, servono anche gli strumenti giusti per avere successo. Il programma Smart Installer e la nuova linea Vigilance sono studiati appositamente per rispondere alle necessità dei partner e sostenerli in un settore competitivo come quello della sicurezza. Collaborare con i partner giusti e disporre dei prodotti più adatti, a prezzi competitivi e con le caratteristiche richieste dal mercato è essenziale».

## ACCORDI

# L'offerta di Sophos distribuita da Horus Informatica

Il distributore lombardo a valore aggiunto Horus Informatica ha preso in carico la distribuzione delle soluzioni per la sicurezza di Sophos. Horus Informatica era già distributore di Cyberoam che è stata acquisita nel 2014 da Sophos e con questo accordo si conferma il percorso di integrazione avviato.

Con Sophos il distributore va a rafforzare la propria filosofia d'offerta basata sul concetto di "complete security" puntando a

proteggere l'intero perimetro aziendale con soluzioni avanzate di endpoint protection, server protection, enterprise mobile management e cifratura.

**Massimo Grillo**, CEO di Horus Informatica, ha commentato: «L'accordo con Sophos ci consente di consolidare la nostra azione sul mercato,

sviluppando nuove opportunità di business e proponendo soluzioni di sicurezza efficaci e sempre più complete. In termini di infrastruttura tecnologica, inoltre, siamo in grado oggi di offrire soluzioni integrate grazie a un'unica piattaforma di sicurezza. Questo semplifica la gestione e consente al

canale di rivolgersi ad un unico vendor per molteplici esigenze».

Anche Sophos si dichiara contenta di «unire la nostra expertise tecnologica alla conoscenza del mercato e all'esperienza di Horus Informatica» come ha commentato **Marco D'Elia**, Country Manager di Sophos Italia.

## STRATEGIE

### **INFOCERT ACQUISISCE ECO-MIND APP FACTORY**

InfoCert, specializzata nel mercato italiano dei servizi di digitalizzazione e dematerializzazione, ha acquisito Eco-Mind App Factory, società del gruppo Eco-Mind Ingegneria Informatica, specializzata nella realizzazione di prodotti per la digitalizzazione dei processi di business. L'accordo consente ad InfoCert, che fa parte del gruppo Tecnoinvestimenti, di consolidare la propria posizione nel settore della dematerializzazione, attraverso l'acquisizione del portafoglio prodotti di Eco-Mind, tra cui compaiono Libro Firma, Meeting Book, Business Book e Digital Contract, del portafoglio clienti e delle competenze e risorse Eco-Mind. Con questa operazione si rafforza il ruolo di InfoCert in qualità di Certification Authority che offre soluzioni per la digitalizzazione affidabili, grazie all'integrazione con i prodotti di Eco-Mind già apprezzati per la loro sicurezza e semplicità d'uso. «Siamo convinti della validità di questa operazione - afferma **Pier Andrea Chevallard**, amministratore delegato di Tecnoinvestimenti, società che detiene il 99,9%

di InfoCert - in quanto riteniamo che rafforzare il segmento della gestione documentale digitale sia strategico per InfoCert, considerando l'evoluzione del mercato e le recenti novità normative a livello europeo».

## STRATEGIE

### **HP TIPPINGPOINT PASSA A TREND MICRO**

Il fornitore di sicurezza Trend Micro ha siglato un accordo con il quale acquisisce la divisione di Hp specializzata nella network security e in particolare nella prevenzione dalle intrusioni, Hp TippingPoint. L'accordo, del valore approssimativo di 300 milioni di dollari, posiziona Trend Micro come il fornitore di sicurezza enterprise di soluzioni dinamiche per la difesa dalle minacce agli endpoint, alle reti, ai data center e nel cloud. Trend Micro combinerà le proprie capacità con quelle acquisite per creare una Network Defense business unit che gestirà più di 3.500 clienti enterprise. Combinando la prevenzione delle intrusioni con il rilevamento delle violazioni, Trend Micro vuole creare un nuovo approccio per contenere gli attacchi sofisticati.

## ACCORDI

### **LO STORAGE ALL-FLASH ARRAY DI SOLIDFIRE DA SOFTPI**

Il distributore Software Products Italia (Softpi) ha siglato un accordo per la distribuzione delle soluzioni di storage all-flash array per data center di nuova generazione di SolidFire. «Le aziende hanno bisogno di supporto al business per quanto riguarda il consolidamento dei processi, l'automazione e la scalabilità. Abbiamo scelto SolidFire perché alimenta i più potenti data center del mondo e offre un completo insieme di caratteristiche per l'All-Flash storage» ha dichiarato Andrea Querci, Presidente Softpi Italia. Il sistema flash-based storage di SolidFire ad alte prestazioni è progettato per infrastrutture su larga scala. Ian Cooper, Sales Director, EMEA Partners SolidFire spiega: «Alcune delle caratteristiche come l'architettura scale-out, l'alta affidabilità e autoriparazione, la riduzione dei dati in linea dimostrano come il nostro sia un prodotto estremamente innovativo e la qualità del servizio sia al più alto livello». Con il nuovo accordo Softpi vuole rafforzare il proprio posizionamento in qualità di distributore a valore aggiunto di soluzioni che

supportano il business delle aziende in qualunque ambito..

## TURNOVER

### **DANIELE PUCCIO ALLA GUIDA DI XEROX IN ITALIA**

Xerox ha nominato il nuovo responsabile della società per l'Italia, **Daniele Puccio**, che assume la carica di Presidente e Amministratore Delegato. Puccio non è nuovo nella società nella quale continuerà a ricoprire il precedente ruolo di General Manager, ECG Southern Region. La carriera del manager in Xerox è iniziata molti anni fa, nel 1979, durante i quali ha avuto modo di ricoprire diversi ruoli di crescente responsabilità soprattutto in ambito commerciale; prima a Milano, poi a Padova e nel Triveneto per poi rimanere 6 anni a Roma, come responsabile vendite Large Account per il centro sud. Dal '98 è ritornato nella sede di Milano in qualità di General Manager per il canale indiretto ed è entrato a far parte del Consiglio di Amministrazione della società.





# DIVENTA PARTNER KASPERSKY



**PROPONI LE MIGLIORI SOLUZIONI IT**  
per aziende di tutte le dimensioni ed esigenze



**AUMENTA IL TUO FATTURATO**  
con costanti guadagni e margini più alti



**PARTECIPA AD UN ESCLUSIVO PROGRAMMA DI INCENTIVI**  
che riconosce la tua fedeltà e il successo come nessun altro



**REGISTRATI SU [WWW.KASPERSKYPARTNERS.EU](http://WWW.KASPERSKYPARTNERS.EU)**

[www.kasperskypartners.eu](http://www.kasperskypartners.eu)

**KASPERSKY** lab THE POWER  
OF PROTECTION