



## HEWLETT PACKARD ENTERPRISE SPINGE IL CANALE VERSO I SERVIZI

Alla Global Partner Conference 2016 di HPE presentato il nuovo programma Partner Ready, pensato per la rinnovata offerta di soluzioni e servizi.

a pagina 8

## VEM SISTEMI FESTECCIA CON "ARTE" 30 ANNI DI INNOVAZIONE

Vem Sistemi riunisce a Forlì clienti e partner tecnologici per festeggiare trent'anni d'innovazione «vissuti con passione», come sottolinea Stefano Bossi, amministratore delegato del system integrator italiano.

L'azienda, infatti, sta attraversando con successo un percorso di trasformazione che punta su software e servizi, ma il cui punto di forza appare essere soprattutto un modello di "partecipazione" che esalta le risorse interne.

Marco Bubani, Design & Delivery Mana-



ger di Vem Sistemi, racconta: «Vem ha sviluppato tante soluzioni perché è come una persona passionale, orgogliosa, testarda a volte, ma anche umile e con tanta voglia di vivere. Un temperamento e un carattere ereditato dai fondatori, ma forgiato nel suo ambiente». Un ambiente, continua Bubani che è composto «dai "Vemmers", certamente, ma anche dai partner e dai clienti, i quali, grazie a un reciproco e positivo "contagio" creano innovazione partendo dalle idee».

a pagina 03

### SOMMARIO

Security

Summit Verona,  
l'aggiornamento del  
rapporto Clusit pag 06

Lenovo rinnova il  
programma ONE  
Channel e recluta  
nuovi partner pag 13

Zyxel presenta il Wi-  
Fi 2.0 per il settore  
Hospitality pag 13

Lenovo affida la  
divisione Mobile  
Business Group a  
Daniele De Grandis  
pag 13

Partners Flip  
anno V - numero 181 settimanale

Direttore responsabile: Gaetano Di Blasio

In redazione: Riccardo Florio, Giuseppe Saccardi,  
Paola Saccardi.

Redazione: via Marco Aurelio, 8 - 20127 Milano  
Tel 0236580448 fax 0236580444 www.partnersflip.it

Proprietà: Reportec srl, via Galeazzo 2, 20136 Milano  
Iscrizione al tribunale di Milano n°514 del 13/10/2011  
Tutti i diritti sono riservati; Tutti i marchi sono registrati e di  
proprietà delle relative società.

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

**SCOPRI I PERCHE' DI UN VENDOR CHE CREDE NEL CANALE**

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

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

G DATA, **SEMPLICEMENTE AL SICURO**



**SIMPLY  
SECURE**

**WWW.GDATA.IT**

# Vem Sistemi festeggia con "arte" 30 anni d'innovazione

*Il system integrator di Forlì fa leva sulla stretta relazione con partner e clienti. Accordi con mondo accademico per assumere talenti nella security, collaboration e sviluppo software*

di Gaetano Di Blasio

Vem Sistemi ha riunito Forlì, a casa propria, clienti e partner tecnologici per festeggiare trent'anni d'innovazione «vissuti con passione», come sottolinea **Stefano Bossi**, amministratore delegato del system integrator italiano. L'azienda, infatti, sta attraversando con successo un percorso di trasformazione che punta su software e servizi, ma il cui punto di forza appare essere soprattutto un modello di "partecipazione" che esalta le risorse interne.

Lo spiega bene **Marco Bubani**, Design & Delivery Manager di Vem Sistemi, che racconta: «Vem ha sviluppato tante soluzioni perché è come una persona passionale, orgogliosa, testarda a volte, ma anche umile e con tanta voglia di vivere. Un temperamento e un carattere ereditato

dai fondatori, ma forgiato nel suo ambiente». Un ambiente, continua Bubani che è composto «dai "Vemmers", certamente, ma anche dai partner e dai clienti, i quali, grazie a un reciproco e positivo "contagio" creano innovazione partendo dalle idee».

Bubani parla al termine di una sessione plenaria appunto "contagiosa", durante la quale si è giocato con un parallelismo tra la tecnologia di cui Vem è esperta e l'arte, in particolare l'Ebe, l'opera di Canova esposta ai Musei San Domenico.

Un'arte prima violata, perché danneggiata, poi negata, in quanto non disponibile al pubblico e, infine, ricostruita, grazie a un prezioso restauro. Così come accade per molti dati: violati, indisponibili e ripristinati.

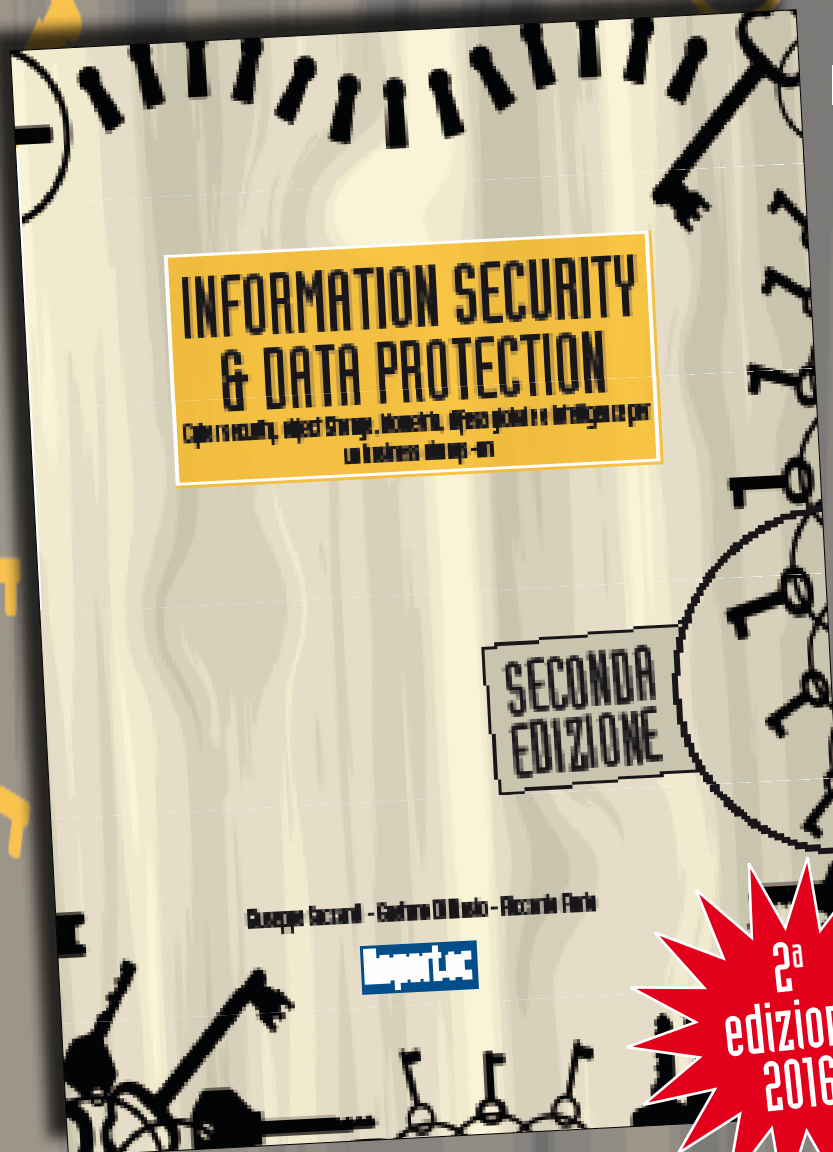
I principali partner di Vem



sistemi sono stati al gioco, presentando vision, proposte e soluzioni ispirandosi all'arte e all'innovazione, dopo una breve introduzione all'arte contemporanea, tenuta dalla giornalista e conduttrice **Marta Perego**, e gli interventi del professore ordinario di Informatica dell'Università di Bologna, **Marco Rocchetti** su "Innovazione e tradizione: il contributo dell'Intelligenza artificiale" e di **Carlo Alberto Maffé**, professore di Strategia e Polica Aziendale

alla Bocconi di Milano, su "L'economia del futuro digitale, una forma d'arte", entrambi accomunati dal difetto di essere troppo corti. Illuminanti, in particolare, gli esempi di innovazione ricordati da Rocchetti, che mostrano come l'innovazione diventi "tradizione" per essere poi superata da altra innovazione, in un flusso che fa parte della stessa natura umana.

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

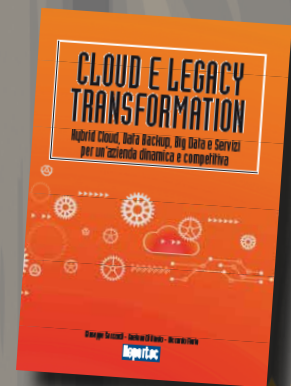


In oltre 200 pagine il punto sulla situazione della cybersecurity e sulle dinamiche aziendali nella protezione del dato e della continuità del business.

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.

2<sup>a</sup>  
edizione  
2016

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**



Stefano Bossi di Vem Sistemi

## La continua innovazione di Vem Sistemi

Sono dunque 30 anni che in Vem creano innovazione: 500 certificazioni, formazione costante, un'età media dei dipendenti pari a 36 anni, la passione e la "contaminazione" coi partner e clienti, che, così come nell'arte genera nuove espressioni artistiche e nuovi mestieri, in ambito tecnologico sviluppa le idee e crea nuovi modi di proporsi e risolvere le esigenze. Perché, infine, come aveva ricordato Rocchetti fare innovazione vuol dire risolvere bisogni. Questo fa Vem Sistemi, rivendica Bossi soddisfatto dei risultati raggiunti, che hanno permesso al

system integrator di entrare per la prima volta nelle top 100 aziende italiane di software e servizi, secondo la classifica stilata da IDC. «Oggi nella 90esima posizione, ma sono dati misurati nel 2015 e sono convinto che il prossimo anno saliremo, perché presumiamo di chiudere l'anno con una crescita a due cifre», sottolinea Bossi, rimarcando anche che Vem non nasce quale azienda di software, come invece chi occupa la vetta della classifica, e chiaramente è calcolato solo il fatturato relativo, che per Vem è stato di oltre 19 milioni di euro nel 2015.

Si tratta di un primo traguardo dopo l'arrivo di Bossi e lo sviluppo in questa direzione intrapreso nel 2012 con il consolidamento dell'acquisizione di NPS, e continuato con la costituzione di Certego nel 2013 e l'acquisizione di myDev nel 2015.

La crescita è consolidata e quindi sostenibile, aggiunge inoltre l'ad, evidenziando che, scindendo l'acquisizione di NPS, negli ultimi 5 anni l'incremento è stato superiore a quello di tutti gli anni precedenti. Non è poco, considerando il valore del mercato in questo quinquennio. L'anno scorso il fatturato come Vem è

stato tra i 34-35 milioni di euro, cui si aggiunge quelle delle controllate, il cui potenziale è ancora tutto da mostrare, ma già molto promettente (si tratta di una startup che ha già ottenuto utili).

Ma per sostenere la crescita occorre anche aumentare le risorse, perciò VEM ha avviato rapporti con il mondo accademico per assumere giovani da formare e affrontare così la carenza di talenti, così da superare le 200 persone. Fa eccezione l'area delle prevendite, dove servono senior. Al momento gli sforzi si concentrano in Emilia Romagna, ma senza preclusioni, perché l'obiettivo è trovare persone con un certo "humus". Escluso nei due prossimi anni una ricerca all'estero, piuttosto l'estensione nel Centro Sud.

È l'attitudine e l'atteggiamento che conta, perché le competenze si potranno acquisire, spiega Bossi, fiducioso di un modello che vede almeno una decina di giovani attorno a un tutor in azienda.

I settori che si vuole potenziare sono quelli della sicurezza, della collabo-

ration e dello sviluppo software, ma non vanno letti come ambiti confinati, considerando l'approccio all'innovazione prima descritto. Non a caso, in Vem preferiscono parlare di "paradigmi" piuttosto che di settori e quelli più promettenti, afferma Bossi, sono V-Secure, V-Automation e V-Experience.

## La spinta sulla sicurezza

In particolare, grandi aspettative riguardano la sicurezza, per la quale si presume possa arrivare una forte spinta dalle esigenze di compliance al GDPR (il regolamento europeo sulla data protection, cui si dovrà essere conformi entro il 2018 e ci sono sanzioni che possono arrivare fino al 4% del fatturato aziendale).

Sulla sicurezza stanno dunque investendo molto nello sviluppo di prodotti e servizi. Non a caso Certego è già annoverata come vendor nei "quadranti" che contano, a cominciare da Momentum e Gartner.

«Abbiamo creato Certego perché nel 2012 eravamo già in grado di fornire servizi di security advising e risk assessment, nonché di protection e prevention, ma per una visione olistica ci mancavano le compo-

menti di rilevamento e risposta - spiega Bossi -. Per questo abbiamo pensato di sviluppare una nostra probe che non fosse però un prodotto da vendere, ma una piattaforma su cui erogare un servizio di cloud security analytics e cyber defence, con la stessa logica di myVem, tant'è che i servizi di security sono integrati in questo portale». I riconoscimenti degli analisti a Certego sembrano destinati a rafforzarsi,

visto gli investimenti in ricerca e sviluppo: «Stiamo sviluppando algoritmi euristici basati su intelligenza artificiale, affinché i sistemi di probing siano machine learning e aumentare la probabilità di rilevare gli 0 day», spiega sempre Bossi. Ma gli elementi distintivi non si fermano qui. Intanto, come consociata, Certego dispone sia di un SOC (Security Operation Center), presso Vem, sia di un IRT (Incident Response

Team), presso Certego, il che non è usuale, soprattutto in Italia. Inoltre va segnalata la certificazione Gold concessa da Cisco a Vem, anche per il valore sulla sicurezza, grazie alla quale Vem e Certego possono integrare direttamente i data source di Cisco: più precisamente, i dispositivi ASA e Sourcefire trasmettono i dati sulla sicurezza direttamente alla piattaforma di Certego. In pratica, una relazio-

ne da sviluppo congiunto, ne conviene Bossi. Quindi qualcosa in più che sulla carta, dato che Vem è un two tier, "costretto" a passare per un distributore. «Questo è un falso problema - chiarisce però Bossi -. I volumi che movimentiamo e la puntualità nei pagamenti ci garantiscono la velocità e l'affidabilità che ci servono». È la channel neutrality.

## TENDENZE

# Security Summit Verona, l'aggiornamento del rapporto Clusit

*Crescono gli attacchi da una media di 84 al mese nel 2015 a una di 86,3 nei primi 6 mesi del 2016. Aumenta lo spionaggio industriale del 9%. Occorre cambiare prospettive*

di Gaetani Di Blasio

Ultima tappa per il Security Summit, la manifestazione sulla sicurezza informatica organizzata dal Clusit in collaborazione con Astrea, che a Verona presenta l'aggiornamento del Rapporto Clusit, con i dati relativi agli attacchi registrati nel primo semestre del 2016.

Lo scenario resta inquietante, ma il fatto che le imprese restano in piedi è comunque un segnale che le soluzioni per la sicurezza funzionano.

Gli attacchi continuano nella loro crescita: se nel 2015 la media rilevata era di 84 attacchi al mese, nel primo semestre 2016 si è registrato un 86,3

con un aumento della pressione verso il settore dell'hospitality, alberghi e ristoranti, presi di mira principalmente per sfruttarne il WiFi e arrivare a credenziali e carte di credito degli ospiti. In crescita anche gli sforzi rivolti al mondo finance.

Sempre il cybercrime è la principale fonte degli attacchi, che, addirittura,



*Andrea Zapparoli Manzoni,  
Clusit*



passa dal 68% al 71%, mentre stupisce gli analisti il più 9% dello spionaggio industriale, anche in considerazione del campione preso in esame. Sono stati considerati, infatti, solo gli attacchi di dominio pubblico più gravi, quindi una porzione molto bassa degli attacchi complessivi. In altre parole, è probabile che lo spionaggio stia crescendo considerevolmente.

Ciò che gli esperti del Clusit evidenziano maggiormente, peraltro, è l'industrializzazione del crimine informatico: non sono più gli hacker a pianificare gli attacchi, ma veri e propri criminali che facevano rapine fino a ieri. Non si tratta di esperti, ma di criminali comuni che affittano o acquistano i tool

preparati dalle "imprese" di hacking.

Il cambiamento è emblematico, basta l'episodio raccontato da **Andrea Zapparoli** **Manzoni**, membro del consiglio direttivo del Clusit, il quale ha letto il dibattito su un forum underground tra i "vecchi" hacker che criticavano gli attacchi rivolti agli ospedali e i "nuovi" cybercriminali, che attaccano con il ransomware chiunque sia più facilmente disposto a pagare.

Rispetto alle tipologie di attacco, va sottolineato che il 26% rimane ancora un mistero totale, mentre un 19% di attacchi dovuti a vulnerabilità e un 12% di SQL injection, manifestano come anche nelle grandi imprese sia ancora difficile mantenere policy di sicurezza elementari.

Da segnalare anche il nuovo record per un attacco DDoS da 1 Tbps, cioè cento volte il traffico dal Mix di Milano al resto del mondo. Attacco reso possibile dall'utilizzo dell'IoT, con la violazione di telecamere di videosorveglianza che hanno permesso di accrescere smodatamente i volumi.

Saranno i social network la minaccia del futuro, perché i messaggi di phishing hanno un tasso di successo molto più alto (anche 85% su LinkedIn) se veicolati tramite strumenti che non filtrano i contenuti e non costano nulla. L'industrializzazione degli attacchi passa anche dall'automazione degli stessi, con macchine che realizzano attacchi senza sosta.

Qualche risposta dalla

tavola rotonda con il presidente onorario del Clusit, **Gigi Tagliapietra**, **Giuseppe Caldiera**, direttore Generale di Cuo Business School, **Maurizio Martinozzi** di Trend Micro, **Andrea Piazza** di Microsoft.

Al centro della questione l'importanza della formazione e di una cultura della sicurezza presso il management: "si tratta di un problema di business non tecnologico", sottolinea Caldiera ottenendo un applauso.

L'approccio deve essere dunque legato alla gestione dell'impresa, che non può ignorare la sicurezza e, anzi, deve affrontarla come per qualunque altro tipo di rischio. Da qui anche l'importanza di adottare strategie di risposta agli incidenti, secondo le linee guida che propongono protezione, detection e response. Martinozzi aggiunge anche la rilevanza della condivisione.

Sempre più, infine, riflettori sulla protezione delle identità, perché le credenziali d'accesso sono la preda preferita dagli attacker, che, ormai, entrano facilmente all'interno. L'analisi comportamentale diventa fondamentale per capire cosa accada nel sistema informatico.

# Hewlett Packard Enterprise spinge il canale verso i servizi

*Alla Global Partner Conference 2016 di HPE presentato il nuovo programma Partner Ready, pensato per la rinnovata offerta di soluzioni e servizi*

di Gaetano Di Blasio

Rispondendo ai cambiamenti del mercato, i vertici di HPE hanno rinnovato servizi e soluzioni per aiutare i partner di canale a gestire e accelerare la loro crescita in uno scenario tecnologico fortemente dinamico. La logica di fondo è supportare un mercato sempre più alla ricerca di servizi e meno di prodotti.

A tale scopo il programma HPE Partner Ready è stato ampliato per 'offrire risorse aggiuntive a partner di ogni dimensione e specializzazione', è stato spiegato all'evento di Boston, specificando che tali risorse comprendono l'integrazione di competenze progettate per aiutare i partner a conquistare nuove quote di mercato, un nuovo e integrato programma Partner

Ready for Networking, un programma Partner Ready Service Provider rinnovato e una suite aggiornata di risorse marketing pronte per l'uso.

Il presidente e Ceo di Hewlett Packard Enterprise, Meg Whitman ha affermato: "HPE è ancora più focalizzata sul canale e impegnata a offrire nuove soluzioni collaborative che consentano la crescita dell'azienda e dei nostri partner", proseguendo:

"Così come lavoriamo per costruire e implementare piattaforme e tool che accelerano le enterprise globali, dobbiamo lavorare all'unisono con i nostri partner per far crescere le nostre realtà di più e più velocemente".

## Le principali novità dell'HPE Partner Ready Program

Un'importante novità del programma per il canale, riguarda le competenze

che il canale deve acquisire e/o mantenere. Attraverso di esse, è l'idea di fondo, i partner possono accelerare la crescita delle proprie vendite in aree specifiche attraverso. Tali competenze sono, in pratica, alte capacità imperniate intorno a cluster di specifiche soluzioni Hewlett Packard Enterprise e sono undici in tutto (sei delle quali sono state formalmente annunciate in occasione della conferenza di Boston, mentre le altre sembrano in 'attesa', poiché saranno presentate nel corso di un anno, in base al feedback dei partner e alle necessità del mercato).

Al momento sono già disponibili per i partner cinque competenze:

- Data Management Infrastructure and Architecture



- Data Analytics and Business Insight, Intelligent Workplace

- Digital Collaboration

- Application Development and Transformation

- IT Automation and Orchestration, Risk Management and Secure Design, Incident Recovery

Altre tre già previste sono: Threat Detection and Response, Data Discovery and Assessment e Campus Mobility.

Parte del nuovo programma sono percorsi specifici: il primo è il Programma HPE Partner Ready for Networking, che, spiegano presso HPE, combina i migliori elementi dei programmi Aruba PartnerEdge e HPE Partner Ready, per consentire ai partner di capitalizzare le molteplici opportunità offerte dal mercato dell'enterpri-

se mobility.

HPE Partner Ready for Service Providers è stato rinnovato per indirizzare specificamente le esigenze del crescente numero di Service Provider (SP) che erogano i propri servizi attraverso soluzioni tecnologiche HPE ed eventuali altri investimenti IT. Qui le novità principali riguardano miglioramenti strategici, come, per esempio, un allineamento più trasparente attraverso il portafoglio hardware/software del canale e opzioni innovative per l'IT consumption. Più precisamente, con il nuovo fiscal year di HPE saranno disponibili:

Flexible Capacity, per consentire ai partner di allineare i costi operativi dei data center con i ricavi in abbonamento;

Formazione e training dei

partner, per consentire un utilizzo maggiore delle tecnologie HPE ed erogare nuovi servizi;

Service Provider Certification, per differenziarsi ulteriormente sul mercato e ottenere maggiore fidelizzazione da parte dei clienti.

Il programma HPE Partner Ready for Technology Partners è stato rilanciato per HPE ha rilanciato il programma Partner Ready for Technology Partners per consentire a ISV (Independent Software Vendor) e IHW (Independent Hardware Vendor) di integrare, convalidare e commercializzare più facilmente integrazioni di prodotto insieme con HPE.

### I tool HPE per i partner

Importanti, infine sono le novità riguardanti i tool di

marketing e quelli finanziari.

In particolare, in HPE hanno annunciato di aver aumentato notevolmente le risorse marketing disponibili on-demand per i partner di ogni livello, sia in termini di marketing tradizionale sia di quello focalizzato sui new media. Più in dettaglio, le nuove risorse comprendono un social media center, un servizio di marketing concierge, tool per la syndication di contenuti, tool per la formazione marketing e webinar.

Sul fronte finanziamenti, HPE Financial Services ha annunciato Partner Connection API, un'interfaccia plug-and-play che si integra direttamente nel portale online di un partner. I partner possono scegliere tra diverse interfacce funzionali per aiutare i loro clienti a scegliere tra le varie modalità di acquisto, pagamento e consumo della tecnologia.

La funzionalità di calcolo online fornisce agli utenti il costo di una soluzione HPE (hardware, software e servizi), il costo di una soluzione che integra tecnologia HPE e dei partner e un tool CRM per progettare una soluzione personalizzata integrata tra HPE e il partner. ❖



# 25 ANNI DI SSD SANDISK®

SanDisk ha lanciato il primo SSD già nel lontano 1991. La sua capacità era di soli 20MB ed aveva un costo di \$ 1.000, \$ 50 per ogni MB!  
Si parla di molto tempo fa. Produciamo, infatti, SSD da così tanti anni che quando abbiamo iniziato il web non esisteva ancora...

## 1990s



Il **World Wide Web** viene aperto per la prima volta al grande pubblico

1991



**SanDisk** lancia il primo SSD, una unità da 20MB e 2,5" che IBM utilizza per sostituire l'hard disk nel ThinkPad



Viene lanciato il **Processore Pentium**

1993



Il leggendario **Space Shuttle** viene lanciato nello spazio con un SSD a bordo chiamato con il nome in codice "Rainbow". La solidità e la robustezza dei supporti di memorizzazione flash li rendono strumenti ideali per le applicazioni più estreme.



Sony lancia la console di gioco **PlayStation**

1994

## 2000s



Nasce **YouTube** con la sua piattaforma di video sharing e viewing community

2003



**SanDisk** entra nell'**indice NASDAQ-100** diventando una delle maggiori 100 imprese non-finanziarie quotate nel mercato borsistico



**Apple** presenta l'**iPhone**

2007



**SanDisk** presenta le unità SSD da 1,8" e 2,5" per i notebook, una valida alternativa agli hard disk



Nascono i telefoni con sistema operativo **Android OS**

2008

## 2010s



Per le **TV 3D** viene trasmesso in diretta per la prima volta nella storia il primo evento sportivo in 3D

2010



In rete sono on line oltre **1 miliardo** di siti web

2012



Viene lanciata l'unità **SSD SanDisk ReadyCache®**, una soluzione dedicata al caching che abbina l'unità SSD al già esistente hard disk permettendo di aumentare notevolmente velocità e performance



I computer più veloci al mondo sono ancora **30 volte** meno potenti del cervello umano

2014



**SanDisk** lancia **Optimus Max™ SSD**, la prima unità SSD Enterprise SAS da 4TB

2015



Viene lanciata l'unità SSD portatile **SanDisk Extreme® 900**

2016



**SanDisk** svela l'unità **SSD M2 single sided da 1 TB** più sottile al mondo

## Il Futuro

Le unità SSD continueranno ad essere le soluzioni di storage preferite da sempre più persone. Quando si parla di performance, le unità SSD sono sicuramente il riferimento rispetto all'alternativa hard disk\* e ed è per questo che segneranno il futuro a medio-lungo termine.

**SanDisk®**  
a Western Digital brand

\*Rispetto agli hard disk SATA 7.200 RPM da 2,5". In base alle specifiche pubblicate e a test interni utilizzando i punteggi PCMark Vantage.

© 2016 Western Digital Corporation o società affiliate. Tutti i diritti riservati.

SanDisk, SanDisk Extreme e SanDisk ReadyCache sono marchi commerciali di Western Digital Corporation o società affiliate, registrati negli Stati Uniti o in altri Paesi. Optimus Max è un marchio commerciale di Western Digital Corporation o società affiliate. Tutti gli altri marchi commerciali sono di proprietà dei rispettivi titolari. Il robot Android è riprodotto o modificato dal lavoro creato e condiviso con Google ed è utilizzato in conformità con i termini specificati nella licenza di attribuzione Creative Commons 3.0.

# Lenovo rinnova il programma ONE Channel e recluta nuovi partner

*Presentate le novità che includono una nuova categoria di partner 'accreditati', programmi di incentivazione incrementali, strumenti per ottenere i prezzi per piccole offerte e certificazioni per il data center*

a cura della redazione

È alla ricerca di nuovi 5mila partner, Lenovo, che saranno seguiti dal nuovo contact center dedicato, il Lenovo Channel Sales Center (LCSC). Un annuncio avvenuto durante il Canalys Channel Forum EMEA che segue il lancio del programma "ONE Channel" nel 2015, grazie al quale la società ha visto quasi 1.000 nuovi partner di canale unirsi alla propria rete, ogni mese. Nel corso del Canalys Channel Forum EMEA la società ha anche mostrato le novità che andranno a migliorare il proprio programma, tra cui l'introduzione di una nuova categoria di partner 'entry level', programmi di incentivazione incrementali, la possibilità per i distributori di ottenere all'istante i prezzi per offerte anche piccole e nuove certificazioni relative alle soluzioni DCG (Data Center Group). A supporto dei partner Lenovo ha di fatto investito in due strumenti di demand generation attraverso il ca-

nale. Si tratta delle nuove organizzazioni dedicate rispettivamente al midmarket e al supporto del canale di vendita (Channel Sales Centre), con una squadra di 170 persone dedicate al supporto vendite telefonico, con l'obiettivo di far crescere il business delle Pmi, aumentare la quota di Lenovo sulle aziende clienti da 250 a 1.000 dipendenti e la copertura del canale dei rivenditori. La società ha anche agevolato l'accesso al programma di canale con il lancio di una nuova categoria di partner, gli 'accreditati', che consente di usufruire di sconti già a partire dal primo euro di giro d'affari con Lenovo e dell'accesso al supporto vendite. In più per tutti i nuovi partner registrati è attivo un concorso con premi su base settimanale. Con il nuovo programma di incentivazione StarSeller, invece, è disponibile un bonus incrementale per alcuni modelli in categorie strategiche e segmenti di

prodotto chiave che possono stimolare la crescita del settore.

Lenovo è anche attiva sul lato data center per aiutare i partner a beneficiare delle opportunità di business che arrivano da questo comparto. Con il Programma "Expert Achievers" di Lenovo (LEAP - Lenovo Expert Achievers Program) si offrono apprendimento, accreditamenti e compensi, mentre la nuova certificazione Data Center Group (DCG) offre una serie di vantaggi.

Sono due le certificazioni Lenovo che i partner possono ottenere al completamento di workshop veloci (fast track) e sessioni di abilitazione virtuali: Lenovo Certified Data Center Sales Professional e Lenovo Certified Data Center Technical Sales Professional. È anche possibile consultare un manuale dettagliato accedendo al portale Lenovo. Nell'ottica di facilitare le attività dei partner la società sta anche implementando

nuove piattaforme e strumenti, tra cui la possibilità di ricevere informazioni sui prezzi anche per offerte e quantità piccole, all'interno delle proprie piattaforme di e-commerce.

Nel programma ONE Channel di Lenovo si possono trovare schemi di rebate per tutto il portafoglio prodotti e un portale unificato dotato di uno strumento rapido di offerta, una piattaforma intelligente di marketing, la registrazione veloce dei deal e una community che aggiunge valore tramite il Partner Portal Lenovo e LinkedIn. **Pascal Bourguet**, VP Prodotti e Canali di Lenovo EMEA, ha commentato: «Siamo consapevoli che il rapporto con il canale deve sperimentare un cambio di passo per portare vero valore sia al vendor che ai partner. Per questo stiamo portando al mercato nuove piattaforme intelligenti, con servizi e strumenti per aiutare i nostri partner a vincere in questo nuovo ecosistema.»



# DE gustare

alla scoperta dei sapori d'Italia



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



**Alla corte del RE**

**www.de-gustare.it**

## STRATEGIE

### LA STRATEGIA DI ESPRINET PER FAR CRESCERE IL BUSINESS

Esprinet ha reso noto il Piano Strategico triennale 2016-18 del Gruppo che quest'anno si attende di chiudere l'esercizio con un volume di ricavi consolidati di 3,1 miliardi di euro e un utile netto dica. di 24 milioni di euro.

Nel corso del 2016 il Gruppo ha anche definito due importanti acquisizioni, EDSLan in Italia e Vinzeo in Spagna. Il Piano Strategico 2016-18 oltre a valorizzare le attività acquisite, in termini di quote di mercato relative raggiunte e di sinergie attivabili con il resto del Gruppo, ha come obiettivo anche iniziative dirette ad incrementare la marginalità di prodotto e a stabilizzare la dinamica dei costi operativi.

Dalle linee strategiche emerge la volontà di concentrare il proprio raggio d'azione sui mercati geografici già presidiati: Italia, Spagna e Portogallo. L'espansione geografica, invece, non è al momento una prioritaria e sarà valutata solamente sulla base di eventuali opportunità e su un orizzonte di medio-lungo periodo. In particolare, per i canali IT tradizionali (corporate reseller, SMB, retailer) si punta alla stabilizzazione

dei margini di prodotto e al miglioramento del grado di fidelizzazione della clientela. In questo senso Esprinet è indirizzata verso la creazione di 'alleanze verticali', sulla falsariga dell'iniziativa Assoteam, nello sfruttare le potenzialità della nuova piattaforma web, nella migliore clusterizzazione dei clienti attraverso il nuovo sistema di CRM, nell'impulso sul canale dei cash&carry e nella fornitura di soluzioni a valore aggiunto alle grandi superfici attraverso la divisione 'Ok retail'.

## EVENTI

### ZYXEL PRESENTA IL WI-FI 2.0 PER IL SETTORE HOSPITALITY

Anche quest'anno Zyxel conferma la propria presenza al SIA GUEST, Salone internazionale dell'Ospitalità, che rappresenta un appuntamento di riferimento per il mondo dell'accoglienza e della ricettività. La fiera si terrà a Rimini dal 13 al 15 ottobre e rappresenta un'importante vetrina per i principali operatori del settore alberghiero.

Il settore dell'Hospitality per offrire un servizio competitivo è consapevole dell'importanza di avere una rete wireless funzionante che contribuisca a fidelizzare i clienti e a rafforzare il proprio business.

Zyxel presenterà proprio i servizi integrati offerti dall'utilizzo del Wi-fi 2.0 e le soluzioni professionali su misura per qualsiasi struttura ricettiva. Il brand punta alla personalizzazione di soluzioni progettate proprio per questo settore. "Questo evento garantisce visibilità al progetto Ho.Re. Ca., in continua crescita come la nostra volontà di creare sempre maggiori contatti con il settore Hospitality, e si traduce soprattutto in un'opportunità di business per il canale dei rivenditori" ha dichiarato Valerio Rosano, country manager Zyxel Communications Italy. Zyxel sarà presente allo stand 117, Padiglione B1 della Fiera.

## TURNOVER

### LENOVO AFFIDA LA DIVISIONE MOBILE BUSINESS GROUP A DANIELE DE GRANDIS

Vanta oltre vent'anni di esperienza in aziende del settore TLC, il nuovo General Manager dell'Area Mobile (MBG) per Italia e Israele di Lenovo, Daniele De Grandis. La divisione di cui avrà la responsabilità si occupa di smartphone e moto nei due rispettivi paesi.

"Seguo da sempre Lenovo con molta ammirazione e sono orgoglioso ed entusiasta di poter mettere a disposizione tutta la mia

esperienza, legata al mondo delle telecomunicazioni e della telefonia mobile, per contribuire alla crescita di questa azienda così dinamica, innovativa e con lo sguardo sempre volto al futuro" ha commentato De Grandis, a seguito della nomina.

Il manager ha iniziato la sua carriera nel 1994 in Nokia, di cui ha fatto parte fino al 1998 quando è entrato in Ericsson come Sales Director. Successivamente ha ricoperto la carica di Marketing Director di Sony Ericsson nel 2001 e, dal 2006, è stato Executive Director Southern Europe di HTC per cinque anni, occupandosi anche della strategia di commercializzazione del primo smartphone Android in Italia. Nel 2011 è diventato Executive Director Italia e Svizzera di Huawei alla guida della Consumer Business Unit. In questo periodo si è occupato, fra le attività strategiche, di ampliare il business e di sviluppare la presenza del brand in Italia.

