



LA NUOVA GENERAZIONE DI SOLUZIONI PRINTING A3 DI HP

Gli annunci alla Global Partner Conference per rilanciare il business printing con nuove soluzioni multifunzione per la stampa A3 a vantaggio anche dei partner.

a pagina 9

FORTINET CRESCE E VEDE CAMBIARE L'INFRASTRUTTURA NELLE AZIENDE

I risultati riportati dalla società nel 2015 mostrano ancora una crescita. La survey sulla cyber security infrastructure tra conferme e nuovi trend.

a pagina 6

ASSINFORM: IL MERCATO DIGITALE È IN RIPRESA

Assinform ha reso noti i risultati delle proprie analisi condotte in collaborazione con NetConsulting Cube sull'andamento del mercato ICT in Italia.

La buona notizia è che nonostante il rallentamento a livello macroeconomico ci sono stati segnali positivi nel corso del primo semestre dell'anno con il mercato digitale italiano (informatica, telecomunicazioni e contenuti) che è cresciuto dell'1,2% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Agostino Santoni, Presidente di Assinform commenta così i risultati: «Per recuperare i ritardi accumulati negli scorsi anni servirebbero dinamiche più sostenute, ma i segnali sono comunque buoni, sia per il segno più che accompagna per



il secondo anno i trend complessivi, sia e soprattutto perché è sempre più evidente un mutamento della domanda che spinge le componenti più legate all'innovazione di processi, servizi, prodotti».

a pagina 03

SOMMARIO

QNAP Systems

riunisce i partner per parlare di crescita

pag 11

Libraesva rafforza la protezione contro il

link malevoli pag 11

Assintel elegge il Consiglio Direttivo e riconferma Rapari

pag 11

Partners Flip
anno V - numero 182 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 Gian 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

Assinform: il mercato digitale è in ripresa

In crescita dell'1,2% il mercato digitale italiano nel primo semestre del 2016. Cloud e IoT le componenti innovative più forti

a cura della Redazione

Assinform ha reso noti ai risultati delle proprie analisi condotte in collaborazione con NetConsulting Cube sull'andamento del mercato ICT in Italia. La buona notizia è che nonostante il rallentamento a livello macroeconomico ci sono stati segnali positivi nel corso del primo semestre dell'anno, trainati soprattutto dalle componenti più innovative che hanno permesso di invertire un ciclo che si manteneva negativo.

In particolare nei primi sei mesi del 2016, il mercato digitale italiano (informatica, telecomunicazioni e contenuti) è cresciuto dell'1,2% rispetto allo

stesso periodo dell'anno precedente, a 31.953 milioni di euro, lasciando intravedere una crescita per l'intero 2016 dell'1,3% a fronte di una crescita 2015 dell'1% e di cali continui negli anni precedenti.

In più Assinform fa notare che se si scorpora dal mercato la componente dei servizi di rete di telecomunicazione, seppur importante, il confronto con l'anno precedente mostra una crescita ancora più marcata del 3,2% nel primo semestre del 2016, contro il 2,5% del primo semestre dell'anno scorso.

Agostino Santoni, Presidente di Assinform commenta così i risultati: «Per recuperare i ritardi accumulati negli scorsi anni

servirebbero dinamiche più sostenute, ma i segnali sono comunque buoni, sia per il segno più che accompagna per il secondo anno i trend complessivi, sia e soprattutto perché è sempre più evidente un mutamento della domanda che spinge le componenti più legate all'innovazione di processi, servizi, prodotti».

E infatti, mentre la progressione dei contenuti e della pubblicità digitale (+9%) compensa il calo dei servizi di rete (-2,2%), crescono i servizi ICT (+2%, spinti dal cloud) e ancora di più il software e le soluzioni (4,8%, grazie anche all'IoT). In particolare, fa notare Assinform, se si attraversano i diversi comparti per pesare le dinami-



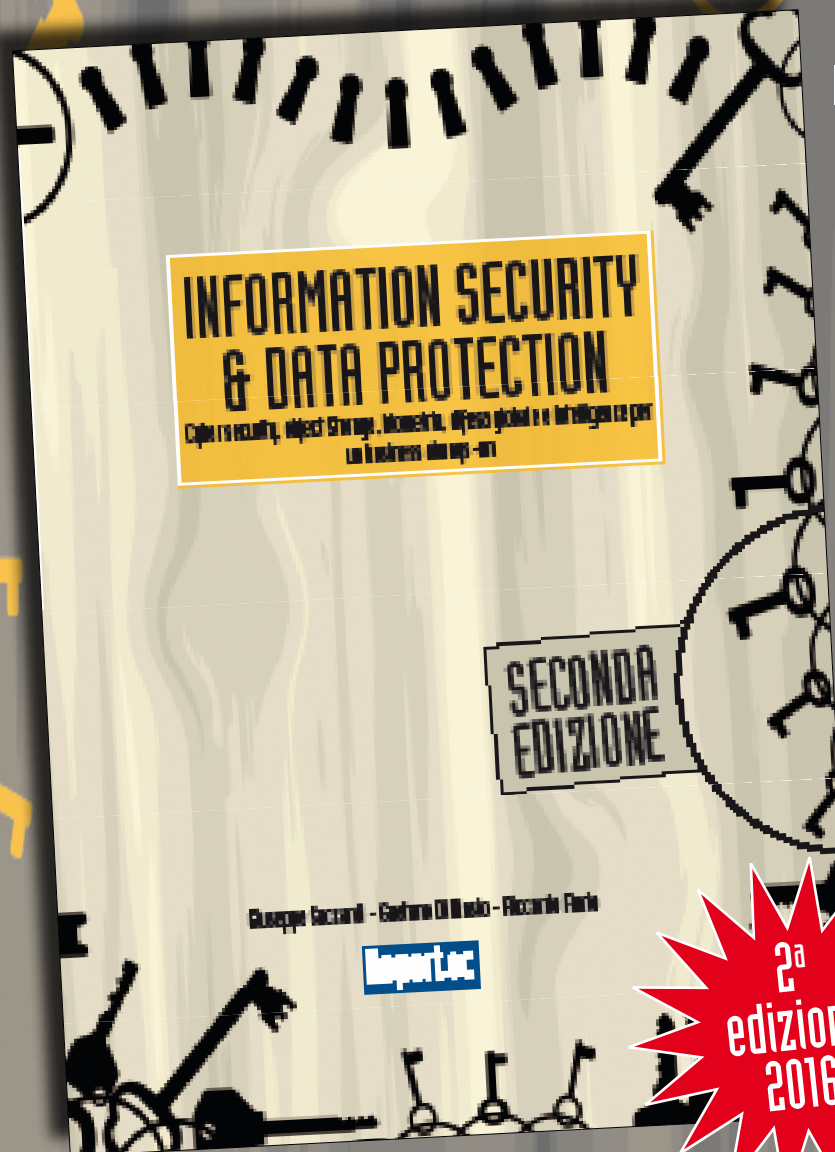
Agostino Santoni di Assinform

che delle componenti più innovative (digital enabler) si nota come il cloud stia crescendo a tassi attorno al 20%, l'IoT al 15%, il mobile business al 13-14%, le soluzioni per la sicurezza al 5%.

Andamento dei comparti ICT

Se si considerano i diversi comparti che compongono il mercato ICT si può dire che esclusi i servizi di rete, gli altri comparti hanno tutti contribuito un po' alla

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

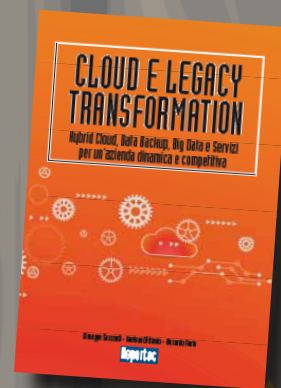


In oltre 200 pagine il punto sulla situazione della cybersecurity e sulle dinamiche aziendali nella protezione del dato e della continuità del business.

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



crescita. A livello generale si è notato il rallentamento dei comparti più tradizionali e il dinamismo di quelli più legati alla trasformazione digitale dei modelli produttivi e di servizio.

I dati riportati mostrano: i Servizi ICT a 5.198,5 milioni (+ 2%); Software e Soluzioni ICT a 2.863 milioni (+4,8%), Dispositivi e Sistemi a 8.355 milioni (+1%), Contenuti Digitali e Digital Advertising a 3.816 milioni (+9%).

Il mercato dei dispositivi ha comunque dato segnali di tenuta, grazie alle componenti più marcatamente infrastrutturali e agli smartphone (1.570 milioni, + 9,8%), che ormai il 65% degli italiani possiede e

che nel semestre in esame hanno generato un traffico dati su rete mobile in crescita del 52,7%. È calata la componente PC (-8% in volumi), ma non nella fascia dei PC server, che anzi sono cresciuti, sempre in volumi, del 10,3%, a riprova della trasformazione in atto nelle aziende e del continuo potenziamento dei data center.

Il comparto del software e delle soluzioni ICT, già in ripresa da due anni e legato più di ogni altro all'innovazione, ha raggiunto a metà anno i 2.863 milioni, con una crescita del 4,8%. In crescita evidente è il software applicativo (2.034 milioni, +7,1%) proprio sull'onda delle componenti più innovative (piattaforme per la gestio-

ne web (+15,2%) e IoT (per il manufacturing, l'energy management, l'automotive, ecc., +16,4% a 815 milioni) mentre le soluzioni applicative tradizionali (-0,2% a 1.060 milioni) sono risultate sostanzialmente stabili.

Un rallentamento si è registrato per il software di sistema (-0,4% a 246 milioni) e anche per il middleware (583 milioni, -0,3% contro il +2,6% dei primi 6 mesi dell'anno scorso), ma non per carenza di domanda, quanto piuttosto per la migrazione di questa negli ambiti del cloud e dell'outsourcing infrastrutturale, precisa Assinform. Infine, i servizi ICT hanno ripreso a crescere, dopo la

staticità dello scorso anno, del 2% a 5.198,5 milioni, trainati dai servizi di data center e cloud computing (+18,8% a 1.074,8 milioni) che compensano l'andamento fisso dei servizi di assistenza tecnica (339 milioni) e l'andamento in moderato calo di tutti gli altri segmenti (outsourcing -1,7%, formazione -2,5%, consulenza -1,2%, sviluppo applicativo e systems integration -1,9%). ❖

Fortinet cresce e vede cambiare l'infrastruttura nelle aziende

I risultati del 2015 mostrano ancora una crescita. La survey sulla cyber security infrastructure tra conferme e nuovi trend

di Gaetani Di Blasio

Filippo Monticelli, country manager di Fortinet in Italia non nasconde la propria soddisfazione per i risultati ottenuti nel 2015 che segna ancora una crescita per la filiale del nostro Paese, sostanzialmente in linea con il resto d'Europa.

Più precisamente, l'azienda è cresciuta del 35% a livello mondiale, con un +40% dell'area Emea (l'Italia ha registrato una crescita leggermente inferiore alla media europea, ma comprensibilmente, valutata l'economia italiana nel suo complesso e un mercato della sicurezza che viaggia, ma non

decolla). In termini di fatturato l'aumento è stato anche più marcato: +37% anno su anno, con un dato finale attestato a 1,23 miliardi di dollari (non sono disponibili dati ripartiti per country).

L'azienda è proiettata verso un'ulteriore crescita, che in Italia vuol dire espansione verso nuovi mercati, primo fra tutti quello della Pubblica Amministrazione, reso "accessibile" da nuovi accordi con Consip.

Aumenta anche il portfollio e l'approccio commerciale, considerando "l'assorbimento" di Meru Networks, comprata nel 2015 e la più recente acquisizione di AccelOps, oltre alle innovazioni: più precisamente la Security Fabric e il nuovo FortiA-SIC.

Un'innovazione, spiega Monticelli, che nasce per rispondere alle principali



Filippo Monticelli di Fortinet

preoccupazioni percepite presso la clientela: il cloud (inteso anche come outsourcing, la scarsità di competenze disponibili, le vulnerabilità e gli accessi non sicuri).

Sono questi i driver per lo sviluppo dell'enterprise security strategy che si basa sull'appliance Fortigate e l'applicazione di soluzioni e funzionalità integrate. Parte dell'integrazione è anche rappresentata dalla Cyber Threat Intelligence Global Infrastructure, alimentata dalla ricerca dei FortiGuard Labs.

L'intelligence è condivisibile e gestibile anche con Siem (Security Information Event Management) di terze parti, per aumentare l'efficacia della protezione.

«Oltre che sulla tecnologia investiamo sul programma di certificazione e abbiamo avviato una serie di alleanze con il mondo accademico americano, che vogliamo replicare anche in Italia», spiega Monticelli, evidenziando l'impegno che Fortinet vuole approfondire per sviluppare le competenze necessarie nel nostro Paese. Il model-

lo potrebbe essere simile a quello delle Networking Academy lanciate da Cisco, «in più una serie di corsi base che preparano sulla sicurezza indipendentemente dalla dalle piattaforme».

La survey sulla cyber security infrastructure

Come ogni anno, Fortinet ha commissionato un'indagine sulle esigenze delle imprese, le loro strategie per il futuro e lo stato dell'arte relativo ai sistemi di sicurezza. Lo studio è stato condotto dalla società di ricerca indipendente Lightspeed GMI, che ha coinvolto 1400 IT decision maker, tra cui CIO, CTO e IT decision maker a più livelli presso imprese con almeno 250 dipendenti. Di questi 531 appartengono ad aziende europee, divisi in Francia, Germania, Italia, Spagna e Regno Unito. Il country manager italiano si concentra nelle risposte delle imprese italiane,

confrontandole con la media italiana, ma va subito sottolineato che le differenze sono sostanzialmente trascurabili. Una delle ragioni è anche dovuta all'approccio "tecnologico" di alcune domande, che rendono "omogenee le risposte delle figure professionali. Per esempio le preoccupazioni riguardanti le minacce informatiche vedono al primo posto la paura di perdere i dati, seguita da quella di subire un'interruzione del servizio. Sono scelte da addetti ai lavori, mentre da parte del business ci si aspetta un numero più alto di risposte legate alla perdita di denaro e reputazione dell'azienda.

Interessante osservare che la maggiore parte delle aziende vede la propria infrastruttura di sicurezza proiettata verso un'esternalizzazione. Più precisamente oggi in Emea risulta che la sicurezza, in toto o in parte, sia affidata in outsourcing dal 34% delle imprese, ma entro 3 o 5 anni tale quota arriverà al 44%. In Italia tale processo è più avanzato: oggi sono in outsourcing il 49% delle imprese che saranno

il 59% entro un massimo di 5 anni. Le ragioni di questa scelta, soprattutto nel nostro Paese, sono da ricercare soprattutto dalla carenza di talenti. È sia un problema trovarne sia mantenerli in azienda a costi "sostenibili".

La verità è che in Italia si investe troppo poco in formazione professionale. Un problema storico, sostiene Monticelli che lamenta come ciò si verifichi anche nelle aziende di canale, che dovrebbero valorizzare le conoscenze e competenze interne e, semmai, approfittare dello skill shortage per differenziarsi.

Sul fronte degli attacchi rilevati (50% in Emea, 67% in Italia), l'impressione del country manager di Fortinet è che le percentuali siano da rivedere al rialzo, perché i tempi che intercorrono prima di accorgersi di un'incidente informatico sono ancora troppo elevati.

Nuovi approcci

Indagini come questa, sostengono in Fortinet, sono utili anche per capire in quali indirizzare gli sforzi della ricerca e sviluppo al fine di proteggere meglio le infrastrutture dei clienti, cambiando l'approccio alla sicurezza fino a ieri basato sul best of breed e sul risk management, per abbracciare una soluzione più integrata.

Il punto, spiega Monticelli, è che le singole funzionalità da sole no bastano, ma per lavorare insieme devono essere strettamente integrate, altrimenti diventa difficile controllarle. Inoltre, concentrarsi sulle aree a maggior rischio potrebbe lasciare qualche breccia aperta in altre zone dell'infrastruttura, apparentemente meno critiche, ma potenziali punti di accesso da cui raggiungere altri obiettivi.

È per questo che l'appliance Fortigate fornisce funzionalità integrate, disponibili anche per le reti wireless. Sempre per questo in Fortinet hanno sviluppato la la Fortinet Security Fabric, che rende efficiente ed efficace una soluzione eterogenea integrata.

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

2005



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

2014



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

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.

La nuova generazione di soluzioni printing A3 di HP

Gli annunci alla Global Partner Conference per rilanciare il business printing con nuove soluzioni multifunzione per la stampa A3 a vantaggio anche dei partner

a cura della redazione



Nel corso della Global Partner Conference, dopo l'annuncio dell'acquisizione del business delle stampanti di Samsung Electronics, per un costo di 10,05 miliardi di dollari, HP ha anche comunicato il lancio di una nuova serie di dispositivi multifunzione A3 per il mercato delle fotocopiatrici tradizionali che viene stimato intorno ai 55 miliardi di dollari.

Le funzionalità annunciate da HP per le nuove multifunzione comprendono: 16 piattaforme HP PageWide e LaserJet di nuova generazione, che portano innovazione al segmento delle fotocopiatrici; sicurezza di elevato livello per dispositivi, documenti e dati; sistemi di monitoraggio avanzato basati sul cloud e sulla big data analytics per rilevare e prevedere le necessità di assistenza e rifornimento; stampa a colori a prezzi contenuti grazie alla tecnologia HP PageWide di nuova generazione.

Il lancio della nuova serie si affianca al nuovo programma destinato ai rivenditori, Managed Print Specialist, con cui HP intende garantire un'offerta di soluzioni di stampa evolute MFP A3 e laser A4 per il settore business che va incontro alla transizione verso i servizi gestiti e il passaggio verso una tipologia di vendite a contratto piuttosto che a transazione.

Il vendor ha anche fatto sapere che gli HP Financial Services (HPFS) offriranno diverse opzioni di investimento per supportare i partner e i loro clienti nell'acquisito e utilizzo della tecnologia di stampa A3. Il portafoglio completo di stampanti multifunzione A3 di HP include tre piattaforme PageWide e 13 piattaforme LaserJet e sarà disponibile sotto forma di 54 SKU con diverse opzioni di finitura, come fascicolatori in-cave, perforatrici, fascicolatori ad elevata capacità e strumenti per la creazione di libretti.

Attraverso l'offerta dei propri dispositivi HP offre ai partner di canale diverse possibilità e opzioni di pricing con cui possono soddisfare le esigenze dei clienti.

In particolare il vendor afferma che le piattaforme HP PageWide Enterprise e Pro rendono conveniente la stampa a colori, offrendola insieme ad elevate velocità di stampa e a un minore consumo energetico rispetto ad altri dispositivi laser della stessa fascia. L'architettura di HP PageWide è dotata di soli tre componenti che possono aver bisogno di sostituzione e quindi consente di ridurre il costo dell'assistenza per i partner di canale. I dispositivi a funzione singola e multifunzione, fa sapere HP, avranno una velocità di stampa compresa tra le 40 e le 60 pagine per minuto (fino a 80 in modalità General Office).

HP ha anche presentato HP Smart Device Services, un set di strumenti cloud e

funzionalità di rilevamento basate sul dispositivo, progettato per migliorarne l'assistenza e agevolare i partner che gestiscono l'assistenza di parchi macchina dei clienti. In pratica questa soluzione monitora ed effettua diagnosi su quelle che possono rappresentare delle esigenze di assistenza così da ridurre il downtime e i costi. Per esempio, HP spiega, l'assistenza può anticipare la sostituzione di alcune parti prima che si verifichino dei guasti, oppure evitare una sostituzione troppo anticipata della cartuccia d'inchiostro o del toner.

I dispositivi HP PageWide Pro saranno disponibili a partire dalla primavera del 2017, mentre le soluzioni HP PageWide Enterprise saranno disponibili a partire dall'autunno del prossimo anno.

Le HP LaserJet Managed MFP saranno disponibili come dispositivi multifunzione a partire dalla prossima primavera.



DE gustare

alla scoperta dei sapori d'Italia



ROAD TO DUBAI, LE
ECCELLENZE ITALIANE SI
PRESENTANO

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



NOTIZIE
**OLIO, FIRMATO
PROTOCOLLO PER
VALORIZZARLO**



NOTIZIE
**SARCHIO,
SFOGLIETTE BIO PER
TUTTI I GUSTI**

NOTIZIE
**DIETA
MEDITERRANEA
PREMIO
GRUPPO**

01 CALZANO 2015

La Toscana di Biella

Agricoltura biodinamica

Asparago in cucina



DE gustare
alla scoperta dei sapori d'Italia



Alla corte del RE

www.de-gustare.it

STRATEGIE

QNAP SYSTEMS RIUNISCE I PARTNER PER PARLARE DI CRESCITA

Si è svolta presso la storica sede dell'Alfa Romeo la terza edizione della Partner Conference di QNAP Systems, società specializzata in soluzioni NAS (Network Attached Storage) e NVR (Network Video Recorder). L'evento è stato l'occasione per il management dell'azienda per parlare delle ultime novità tecnologiche, le strategie le roadmap. In più sono state presentate anche alcune case history di diversi settori. QNAP conta a livello mondiale su una struttura di oltre 1000 dipendenti, con 20 uffici in 14 paesi. In Italia la società è presente con uffici commerciali a Roma e ha registrato un fatturato 2015 pari a 12 milioni di euro, con circa 30.000 unità vendute. In base ai dati Context, QNAP nel 2015 si è posizionata al primo posto per il segmento storage SMB e, anche nel 2016, la società fa sapere che la tendenza resta in crescita e si prevedono risultati positivi sia in termini di fatturato sia di quantità vendute.

"Siamo orgogliosi del percorso di crescita di QNAP in Italia e nel mondo - ha commentato Tony Chou, Regional Account Manager

QNAP Systems - Il nostro portfolio è in costante miglioramento ed ampliamento, grazie all'intensa attività di Ricerca&Sviluppo e una roadmap di prodotti che spesso anticipa le nuove esigenze. La nostra forza sono i nostri partner, sempre più qualificati, e a cui dedichiamo la massima attenzione e programmi di supporto. La conferma arriva anche dai clienti: dall'educational, fino all'Insurance, Healthcare e Entertainment, QNAP offre la risposta più adatta per esigenze di archiviazione, backup, condivisione file, a sostegno della produttività e continuità del business. Oggi annoveriamo anche QIoT Containers, la piattaforma di private cloud per supportare l'intelligenza e l'interazione di sensori".

TECNOLOGIE

LIBRAESVA RAFFORZA LA PROTEZIONE CONTRO I LINK MALEVOLI

Libraesva, società che fornisce soluzioni avanzate di email security ha sviluppato una nuova funzionalità integrata nelle nuova release 4.0.0 dell'email gateway ESVA. Si tratta di una funzione, UrlSand Protection, che protegge contro gli attacchi avanzati di spear phishing, malware del giorno zero e ransomware che possono colpire gli utenti attraverso

un URL link presente nel corpo delle email. Il sistema URLSand Protection offre quindi un supporto aggiuntivo per la sicurezza delle comunicazioni trasmesse via posta elettronica in tutti i dispositivi (desktop, mobile e tablet) e su tutti i sistemi operativi (Android, Mac, Windows). Il gateway ESVA analizza già le email al momento della ricezione e in più ora ogni link viene riscritto dal sistema URLSand Protection e indirizzato alla Sandbox in cloud installata negli EsvaLabs per l'analisi. Se il link passa i controlli, spiega la società, all'utente è consentito accedere alla pagina o sito di destinazione, considerato privo di rischi. In caso risulti portatore di minacce, appare una schermata che avvisa della pericolosità del link ricevuto e del blocco attivo sullo specifico collegamento.

TURNOVER

ASSINTEL ELEGGE IL CONSIGLIO DIRETTIVO E RICONFERMA RAPARI

Assintel, l'associazione che si pone come riferimento per le imprese del settore ICT e digitali, ha rinnovato le cariche per il triennio 2016-2019. Ad essere riconfermato è stato proprio il Presidente uscente, Giorgio Rapari, che ha dichiarato: "Assintel in questi anni è diventata il punto di rife-

ramento concreto per chi fa impresa nel mondo ICT e Digitale. Ecco ciò che è e ciò che sarà sempre di più: un'associazione che rappresenti le imprese ICT e Digitali su tutto il territorio nazionale, capace di intessere relazioni dalle singole Regioni al Governo per sensibilizzare mercato, società e Pubblica Amministrazione sulla Trasformazione Digitale".

I 24 nominativi sono: Marco Andolfi (Disignum), Elio Arena (Omicron Sistemi), Elisabetta Baccara (Ware by Soft), Daniela Barbera (SAX - System Architecture Consulting & Services), Stefano Baroncini (Atena), Francesca Benati (Amadeus Italia), Rosario Cannizzaro (Adfor), Giovanni Casserà (Gesp), Luciano Cavazzana (Ingenico Italia), Roberto Corrado (Sirecom), Roberto Di Gioacchino (PRS - Planning Ricerche e Studi), Alfredo Gatti (Nextvalue), Paola Generali (Getsolution), Antonio Giugliano (Present), Pierantonio Macola (Smau servizi), Enrico Magni (Lutech), Giovanni Maria Martingano (Ifin Sistemi), Roberto Palazzetti (Osmosist), Giovanni Paone (Nica), Manlio Romanelli (M-Cube), Giuseppe Sarti (Sediin), Emanuele Spampinato (Etna Hitech), Piersergio Trapani (Gruppo 36), Giulio Vada (G Data Software Italia).