

## IL RETAIL È SEMPRE PIÙ DIGITALE E GESTITO VIA CLOUD

BT ha realizzato nel negozio Thomas Pink di New York la piattaforma IoT di Acuitas Digital Alliance, che porta nei negozi i vantaggi dell'online e del cloud.

a pagina 05

ACUITAS DIGITAL



## L'IMPORTANZA DELL'INTERNET OF THINGS PER IL CANALE

Lo sviluppo di soluzioni in ambito Internet of Things sta crescendo e le applicazioni in ambito business saranno sempre più apprezzate negli anni

a venire. Ne è convinta Toshiba che vede nell'IoT il potenziale capace di cambiare le abitudini lavorative in diversi settori apportando nuovi vantaggi e modi di operare.

«Adattarsi all'IoT rappresenterà una vera e propria sfida per il canale. Non si tratta solo

di ampliare la propria offerta con una o due nuove tecnologie, ma di avere la flessibilità di offrire una nuova serie di soluzioni e servizi e continuare a migliorarli

mantenendo il ritmo dell'innovazione, dopo tutto l'IoT continuerà a evolversi nel tempo», ha commentato Massimo Arioli, Head B2B Sales & Marketing, Toshiba Personal & Client Solutions Company, Italy.

a pagina 03



## DATALOGIC NEI SISTEMI EPOS DI PAYPOINT PER IL RETAIL

I sistemi Heron HD3430 Datalogic integrati nei nuovi ePOS PayPoint One, sviluppati da PayPoint, integratore britannico, con Box Technologies.

a pagina 07

## SOMMARIO

Tech Data distribuisce il gestionale cloud di myfoglio

pag.09

Exclusive Networks è il miglior partner 2016 per Fortinet

pag.09

Vendita omnichannel con SmartSense di Zebra

pag.09

Altamura è responsabile del Canale di CA Technologies

pag.09

Partners Flip  
anno VI - numero 190 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.

# 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](http://www.fortinet.it) per maggiori informazioni.**

**FORTINET**®

**Sicurezza senza compromessi**

# L'importanza dell'Internet of Things per il canale

*Secondo la società giapponese Toshiba nel 2017 i rivenditori potranno beneficiare della forza innovativa dell'IoT*

di Paola Saccardi

Lo sviluppo di soluzioni in ambito Internet of Things sta crescendo e le applicazioni in ambito business saranno sempre più apprezzate negli anni a venire.

Ne è convinta Toshiba che vede nell'IoT il potenziale capace di cambiare le abitudini lavorative in diversi settori apportando nuovi vantaggi e modi di operare.

Secondo Machina Research, società di consulenza nel settore M2M e IoT, nel 2025 questo mercato avrà un valore di 3 trilioni di dollari. Un'opportunità che i player del mercato non possono non considerare e che i rivenditori dovranno tenere presente per modificare la propria offerta e trarre vantaggio da questa crescita, cercando soprattutto di capire quali sono i fattori che spingono l'IoT.

Come spiega **Massimo Arioli**, Head B2B Sales & Marketing, Toshiba

Personal & Client Solutions Company, Italy: «Abbiamo notato che nel settore assicurativo sono in aumento le offerte basate sulla telematica, personalizzate in base alle abitudini di guida dei clienti. Per questo gli assicuratori devono avere la possibilità di raccogliere i dati, alcune soluzioni, come Toshiba Driving Recorder, possono essere



implementate per monitorare il comportamento alla guida e trasmettere i dati registrati all'assicurazione per l'analisi».

Riuscire a individuare in anticipo i settori in cui l'IoT potrebbe avere degli

sviluppi interessanti per il business è fondamentale per i rivenditori che vogliono sfruttare le opportunità che derivano da questa tecnologia e soprattutto per sviluppare delle proposte che comprendono servizi completi di consulenza, implementazione e gestione. I rivenditori, infatti, dovranno essere in grado di fornire il supporto necessario poiché

si tratta di tecnologie che possono comportare dei cambiamenti sostanziali e i clienti avranno bisogno di essere affiancati e seguiti in molti casi. Essere in grado di offrire un servizio completo sarà



*Massimo Arioli - Toshiba*

una carta vincente per il canale.

«Adattarsi all'IoT rappresenterà una vera e propria sfida per il canale. Finora nessun cambiamento tecnologico ha creato una spaccatura così profonda quanto l'Internet of Things, facendo convergere il mondo fisico con quello digitale e creando enormi opportunità. Non si tratta di ampliare la propria offerta con una o due nuove tecnologie, ma di avere la flessibilità di offrire una nuova serie di soluzioni e servizi e continuare a migliorarli mantenendo il ritmo dell'innovazione, dopo tutto l'IoT continuerà a evolversi nel tempo» ha rimarcato Arioli.

**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**

# Il Retail è sempre più digitale e gestito via cloud

*BT ha realizzato nel negozio Thomas Pink di New York la piattaforma IoT di Acuitas Digital Alliance, che porta nei negozi i vantaggi dell'online e del cloud*

di Giuseppe Saccardi

Thomas Pink, noto brand nel mondo della camiceria e retailer di abbigliamento di lusso, ha installato presso il negozio di Wall Street a New York la piattaforma Internet of Things (IoT) Acuitas Digital, che permette ai retailer di rendere digitale il negozio fisico.

Thomas Pink ha inserito il pilot della soluzione IoT per il digital store di Acuitas Digital come parte della propria strategia digitale. La soluzione consentirà al retailer di tracciare in tempo reale i movimenti di prodotti e persone all'interno del negozio, di utilizzare le analisi dei big data per prevedere il comportamento degli acquirenti e di fornire la base per costruire in tempo reale esperienze interattive in-store.

L'obiettivo è quello di aiutare il retailer nel personalizzare il servizio clien-

ti, ottimizzare il layout del punto vendita, migliorare il lavoro dei dipendenti, ridurre i costi e, non ultimo, far crescere le vendite.

Lanciata nel gennaio 2016, Acuitas Digital Alliance riunisce aziende tecnologiche che condividono la stessa visione e che sono impegnate nel diffondere i vantaggi del digitale all'intera supply chain del retail. I suoi membri sono alla data BT, Intel, RetailNext, NexGen Packaging, SATO Global Solutions e Valmarc Corporation.

## Un negozio sotto controllo dell'IoT

La soluzione di Acuitas Digital utilizza multi-sensori IoT per la scansione automatica in tempo reale di tutto il negozio, per migliorare l'efficienza ed abilitare nuove esperienze interattive in-store.

I sensori Radio Frequency

Identification (RFID) supportati dall'IoT forniscono ad

esempio, evidenza BT, la visibilità delle scorte in tempo reale e tracciano il movimento delle merci nel negozio, consentendo di raggiungere per lo stock quasi il 100 per cento della precisione.

I sensori video IoT inclusi nella soluzione Acuitas Digital permetteranno a Thomas Pink di comprendere il comportamento dei clienti nel negozio e forniranno informazioni e intelligence su ciò che i clienti comprano, sui loro spostamenti all'interno del negozio, sull'efficacia del merchandising e sulle performance del negozio stesso.

«Saremo in grado di utilizzare i big data analytics per migliorare l'efficienza e le performance del negozio e aiutare il nostro personale a dedicarsi ai



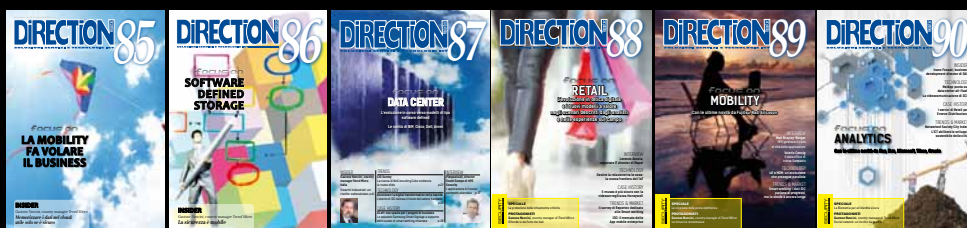
clienti invece che alle attività amministrative», ha commentato **Alex Field**, Direttore Marketing di Thomas Pink.

La soluzione Acuitas Digital aiuterà Thomas Pink e i suoi clienti in diversi modi.

Per esempio, se un cliente prende in mano una camicia da uomo, la porta in un'altra parte del negozio e poi la lascia lì per prendere un altro prodotto, un'altra persona interessata a quella camicia potrebbe non riuscire a trovarla.

In questo caso un commesso dovrà cercarla, mentre il cliente sarà costretto ad attendere. Con Acuitas Digital Alliance, l'assistente alle vendite di Thomas Pink saprà invece esattamente dove trovare il capo.

# ABBONATI A DIRECTION TI REGALIAMO LA SICUREZZA E IL CLOUD

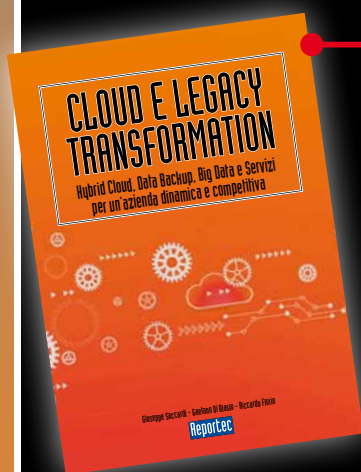


ABBONATI SUBITO A DIRECTION  
A SOLI 50 EURO + IVA

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

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

IN PIÙ TUTTI I WHITE PAPER,  
I SURVEY E GLI EBOOK  
CHE REPORTEC REALIZZERÀ  
NEL CORSO DELL'ANNO



vai su  
[www.reportec.it/abbonamenti](http://www.reportec.it/abbonamenti)  
e compila il modulo di abbonamento

Inoltre, se il capo appena venduto fosse l'ultimo del suo modello e taglia presente in negozio, grazie al fatto di essere real time, la soluzione consentirà di effettuare automaticamente un ordine di riassortimento con una notifica ad un assistente di vendita, piuttosto che attendere fino alla fine della giornata per un controllo dello stock. Se combinata con il digital signage, la soluzione potrebbe anche suggerire l'abbinamento ad una cravatta o a dei gemelli o ad altri capi di vestiario complementari.

### Acuitas Digital nel portfolio BT e supportato via cloud

La soluzione Acuitas Digital viene offerta da BT in tutto il mondo ed include i componenti best-of-breed alimentati dal Responsive Retail Sensor di Intel, in-store analytics di RetailNext, software di Sato Global Solutions e tag RFID di NexGen. Il tutto è poi supportato dall'infrastruttura Cloud of Clouds globale, dalle capability di rete e dall'assistenza internazionale di BT. «Sul mercato esistono molte soluzioni progetta-

te per aiutare i retailer a prevedere il comportamento dei clienti e a migliorare le esperienze degli acquirenti. Tuttavia queste soluzioni non si integrano facilmente tra loro, e questa mancanza di integrazione fa sì che i dati restino separati in silos e che l'utilità sia limitata.

BT sta lavorando con Thomas Pink per massimizzare i benefici di business della soluzione Acuitas Digital, che mette insieme le potenzialità dei sensori IoT, del software



Bus Burger - BT

e degli analytics per dare un'unica vista globale delle operations del negozio e del comportamento dei clienti», ha commentato **Bas Burger**, President di BT per le Americhe.

## TECNOLOGIE

# DATALOGIC NEI SISTEMI EPOS DI PAYPOINT PER IL RETAIL

Datalogic annuncia che PayPoint, integratore britannico di sistemi per il pagamento, ha scelto i lettori di codici a barre Heron HD3430 per la sua nuova piattaforma PayPoint One. Quest'ultima, realizzata insieme a Box Technologies, migliora l'efficienza e la rapidità delle transazioni nel punto cassa, come spiegano i responsabili della soluzione, e in più permetterebbero di

monitorare le promozioni, attivare report e gestire i servizi di back-office. In particolare, **Amit Raitatha**, EPoS Product Manager di PayPoint sottolinea: «Il contributo di Box Technologies è stato fondamentale, non solo per lo sviluppo della soluzione PayPoint One, ma anche per il know how nel settore delle tecnologie a supporto del retailer, così ci siamo fatti consigliare

nella scelta di un lettore di codice a barre facile da integrare ma soprattutto affidabile e che fosse in grado di leggere sia codici a barre 1D, tipici dei prodotti di largo consumo, sia codici 2D ora presenti sulla totalità dei mobile coupon».

**Steve O'Neill**, Marketing Director di PayPoint Group ha aggiunto: «Il nostro sistema di nuova generazione è in grado di offrire

Electronic POS, pagamenti con carte e tutti i servizi accessori di PayPoint, in questo modo possiamo rispondere a tutti i bisogni del retailer offrendo un pacchetto completo a un canone mensile molto vantaggioso senza investimenti iniziali. a oggi i Retailer possono contare su un gruppo con oltre 20 anni di esperienza e più di 29mila negozi supportati».



# DE gustare

alla scoperta dei sapori d'Italia



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

01 GIUGNO 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**

## ACCORDI

### TECH DATA DISTRIBUISCE IL GESTIONALE CLOUD DI MYFOGLIO

Il distributore Tech Data ha concluso un nuovo accordo con il provider myfoglio il quale ha realizzato un gestionale semplice e sicuro nel cloud che rappresenta una soluzione ideale per piccole imprese o freelance. Myfoglio è stata sviluppata da un team italo-svizzero di professionisti ICT e della consulenza ed è stata pensata proprio per agevolare i professionisti che non hanno bisogno di complessi gestionali ma di praticità di utilizzo e, sempre più spesso, di accesso in mobilità, attraverso web, smartphone e tablet. La soluzione permette anche la gestione della fatturazione elettronica in modo semplice ma con la garanzia di rispettare gli standard richiesti, inclusa firma elettronica e archiviazione a norma.

Le funzionalità disponibili in myfoglio includono: l'emissione e ricezione di fatture, bolle, preventivi e così via; riepiloghi contabili (iva, ricavi, insoluti, funnel, cash-flow), richiami automatici, solleciti automatici, prima nota, archivio, accesso differenziato per collaboratori e commercialista. Il gestionale è inoltre aperto e integrabile tramite API con piattaforme esterne.

Trattandosi di una soluzione multi-utenza consente di condividere tutti i file con il proprio commercialista o con i soci, per esempio.

## MARKETING

### EXCLUSIVE NETWORKS È IL MIGLIOR PARTNER 2016 PER FORTINET

Il distributore a valore Exclusive Networks ha ottenuto un riconoscimento importante nel corso della partner conference globale Fortinet Accelerate 2017, l'incontro annuale che riunisce i partner Fortinet da tutto il mondo. Nel corso dell'evento il vendor di sicurezza ha premiato il distributore con il titolo di 'Emea Distributor Partner of the Year' per il 2016, un riconoscimento che dimostra il continuo impegno e investimento di risorse nella proposizione delle soluzioni del vendor e per il supporto professionale rivolto anche ai rivenditori. Gli Award Partner of the Year 2016 di Fortinet riconoscono le migliori prestazioni in tema di vendite, customer experience, collaborazione e marketing nel campo della cybersecurity da parte di distributori e reseller dell'azienda in tutto il mondo. **Katia Serpelloni**, Sales Director, Exclusive Networks Italia: «Questo premio testimonia il nostro impegno nello sviluppo di una proposta di valore ed

evidenzia i nostri elementi distintivi: vendite, marketing, formazione e servizi di supporto tecnico».

## TECNOLOGIE

### VENDITA OMNICHANNEL CON SMARTSENSE DI ZEBRA

Zebra Technologies, società che sviluppa soluzioni e servizi in grado di dare alle imprese visibilità in tempo reale sui loro processi, ha annunciato la soluzione SmartSense for Retail. L'offerta di Enterprise Asset Intelligence (EAI), ha spiegato l'azienda, permette una visibilità più accurata e di dettaglio delle operazioni di retail, e di disporre di informazioni più granulari che permettono ai retailer di prendere decisioni più rapide ed efficaci. La soluzione combina la tecnologia UHF RFID, la localizzazione video e un nuovo sistema di micro-localizzazione al fine di identificare e tracciare in tempo reale il tragitto e la posizione delle merci, del personale e dei consumatori all'interno del punto vendita. Il sistema di analisi riceve i dati dai dispositivi e fornisce informazioni operative e di intelligence con l'obiettivo di raggiungere livelli ottimali di stoccaggio, rilevare e identificare merci e asset fuori posto, intercettare eventuali furti e migliorare la promozione

del punto vendita e le attività di product placement.

## TURNOVER

### ALTAMURA È RESPONSABILE DEL CANALE DI CA TECHNOLOGIES

CA Technologies ha annunciato la nuova nomina di Antonio Altamura a Senior Director Sales della divisione Named Account and Indirect della filiale italiana. Il manager avrà il compito di guidare la forza di vendita indiretta e il team commerciale dedicato alle realtà aziendali di dimensioni medio-grandi che rappresentano per CA Technologies un interessante potenziale di business. «Grazie alla profonda conoscenza del mondo del canale, così come quello dell'end user, e alle solide relazioni con i principali clienti e partner in tutti i settori verticali, Antonio Altamura contribuirà a rafforzare la presenza di CA Technologies sul mercato italiano aiutando le aziende a cogliere le opportunità che l'economia delle applicazioni oggi può offrire» ha dichiarato **Michele Lamaritina**, Country Manager di CA Technologies Italia.

