

CISCO E PROMUOVE L'ECOSISTEMA INDUSTRY 4.0 CON DIGITALIANI

La digital transformation delle imprese parte dallo sviluppo dei servizi che generano valore dai dati. Gli esempi di Marcegaglia, Impeco, Fluid-O-Tech e altri: quando non basta una app.

a pag. 03



n° 198
mercoledì 22.03.2017

SOMMARIO

KASPERSKY LAB ARRICCHISCE LA SICUREZZA PER IL MERCATO

Kaspersky Lab Italia ha chiamato a raccolta i distributori (praticamente tutti i principali, da quelli storici a quelli arrivati più recentemente) per illustrare i piani del 2017.

«Il 2016 è stato un anno record», ha evidenziato Morten Lehn, country manager italiano, augurandosi risultati ancora maggiori quest'anno in cui si festeggiano venti anni da quando Evginij Kasperky ha fondato la società, che tuttora guida. «Evginij intende rimanere al comando ancora a lungo», assicura Lehn per sottolineare la solidità dell'azienda privata che investe costantemente in ricerca e sviluppo, senza



sfruttare acceleratori che potrebbero portare criticità d'integrazione con l'offerta esistente.

Giampiero Cannavò, Head of Channel di Kaspersky Lab Italia, incita i distributori a spingere le nuove soluzioni e ad accrescere i partner coinvolti sul mercato business, anche geograficamente.

a pagina 05

Il nuovo presidente Emea di Lenovo è François Bornibus

pag.07

Forcepoint amplia l'executive management team

pag.07

Nuovo managing director in Expert System

pag.07

AVANZA L'ADOZIONE DELL'INTERNET OF THINGS

Uno studio internazionale pubblicato da Aruba rivela la crescente diffusione dell'IoT prevista nei prossimi anni per spingere l'innovazione e l'efficienza del business. Aumentano però i rischi alla sicurezza.

a pag. 06



Partners Flip
anno VI - numero 198 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.

ABBONATI A DIRECTION TI REGALIAMO LA SICUREZZA E IL CLOUD

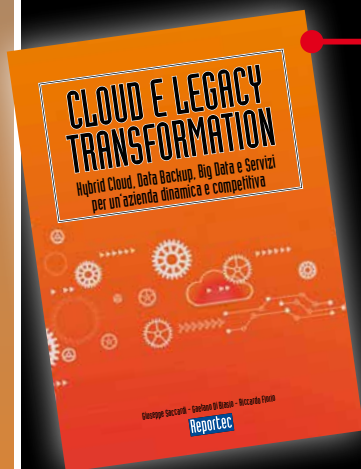


ABBONATI SUBITO A DIRECTION
A SOLI 50 EURO + IVA

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
e compila il modulo di abbonamento

Cisco e promuove l'ecosistema Industry 4.0 con Digitaliani

La digital transformation delle imprese parte dallo sviluppo dei servizi che generano valore dai dati. Gli esempi di Marcegaglia, Impeco, Fluid-O-Tech e altri: quando non basta una app

di Gaetano Di Blasio

Si parla molto di Industry 4.0, facendo però riferimento all'IoT (Internet of Things), il quale è solo uno dei ambiti d'innovazione che coinvolgono i processi industriali. «Il contesto più ampio e più corretto in cui collocare il concetto di Industry 4.0 è quello della digital transformation», puntualizza **Michele Dalmazzoni**, Collaboration & Industry Digitization Leader di Cisco Italia, che mette in guardia, però, dal considerare la trasformazione digitale della fabbrica una questione di app.

«Gli esempi che tutti portano sono quelli di Uber e Airbnb - sottolinea Dalmazzoni - ,ma la digital transformation dell'industria è ben altro. In Cisco parliamo di "digital vortex", per spiegare che non si modificano semplicemente le modalità d'interazione con i clienti, ma tutti i processi. Ogni funzione o dipartimento aziendale viene coinvolto e nessun setto-

re economico è escluso». Per chiarire tale punto, Dalmazzoni presenta alcuni esempi di trasformazione scegliendoli tra quelli più lontani dal mondo digitale, come Marcegaglia, che lavora materie prime, Impeco, che produce sistemi di automazione per il settore sanitario, Fluid-O-Tech, attiva nell'ambito delle pompe idrauliche, 1177, che confeziona calze vendute in barattolo, Marzocco, che realizza macchine da caffè d'alta gamma per creare nuove esperienze.

Si tratta di casi che rappresentano l'impegno di Cisco per l'Industry 4.0 nell'ambito del progetto Digitaliani, che vede l'azienda statunitense investire d'accordo con il governo italiano per l'innovazione del manifatturiero, ivi compreso il comparto agroalimentare attraverso la partnership con Agrifood.

L'aspetto primario del cambiamento favorito dalla digital transformation, sot-

tolinea ancora il manager italiano è il passaggio da un modello basato sulla vendita di un prodotto a un modello che al prodotto abbina un servizio. L'esempio più immediato è quello della manutenzione preventiva: non si vende più un bene, offrendo l'assistenza quando si riscontra un guasto, ma si vende un servizio che comprende il bene, magari in comodato, e si garantisce la continuità operativa, gestendo una manutenzione che interviene prima che si verifichi un problema, grazie a strumenti di monitoraggio.

Cisco si pone al centro di un ecosistema

Nello sviluppo dei progetti è sempre più fondamentale il coinvolgimento di varie figure trasversali ai dipartimenti, ma anche il supporto di risorse competenti in diversi ambiti. Anche perché il valore che genera il dato può essere moltiplicato, grazie alla



Michele Dalmazzoni - Cisco

natura universale del dato stesso. In altre parole, un dato proveniente da un dispositivo, può fornire un'informazione utile per un processo (per esempio di tipo operativo) e un'altra informazione per un altro processo (per esempio commerciale o di marketing).

Cisco si propone come elemento catalizzatore e come aggregatore di competenze, cioè al centro di un ecosistema che coinvolge più stakeholder.

La società d'origine californiana si ritaglia, inoltre, il ruolo di fornitore in particolare di tre elementi fondamentali per il successo delle soluzioni: le reti di nuova generazione (che devono unificare il networking aziendale basato su una LAN con le reti della fabbrica), il pervasive computing (cioè una capacità elaborativa diffusa end to end, per supportare anche la componente IoT e la sicurezza.

MOBILE. IoT. CLOUD. SICUREZZA.

PER NOI NON FA DIFFERENZA.

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

Piccola o grande, per noi non fa differenza.

Visita www.fortinet.it per maggiori informazioni.

FORTINET®

Sicurezza senza compromessi

Kaspersky Lab arricchisce la sicurezza per il mercato business

Nuovi prodotti, soluzioni avanzate, marginalità gli ingredienti per crescere sul fronte B2B, aumentando la base di partner con l'aiuto dei distributori

di Gaetano Di Blasio

Kaspersky Lab Italia ha chiamato a raccolta i distributori (praticamente tutti i principali, da quelli storici a quelli arrivati più recentemente) per illustrare i piani del 2017.

«Il 2016 è stato un anno record», ha evidenziato **Morten Lehn**, country manager italiano, augurandosi risultati ancora maggiori quest'anno in cui si festeggiano venti anni da quando Evginij Kaspersky ha fondato la società, che tuttora guida.

Alle sue intuizioni si devono anche gli sforzi in ricerca e sviluppo che hanno portato ad allargare considerevolmente il portfolio di soluzioni e servizi messi a disposizione dei partner di canale. SCADA e, più in generale, il mondo industrial sono un esempio, cui vanno aggiunti il nuovo sistema operativo, le soluzioni per gli ambienti virtualizzati, i servizi gestiti (questi ultimi già protagonisti, dal lancio nell'estate

scorsa) di una cospicua fetta del fatturato.

«Evginij intende rimanere al comando ancora a lungo», assicura Lehn per sottolineare la solidità dell'azienda privata che investe costantemente in ricerca e sviluppo, senza sfruttare acceleratori (leggi acquisizioni) che potrebbero portare criticità d'integrazione con l'offerta esistente.

Tale solidità, le opportunità d'ingresso nei mercati emergenti legati alla digital transformation e i più alti margini offerti dai servizi sono tre valide ragioni per diventare partner Kaspersky, nonché per aumentare il proprio impegno con l'azienda d'origine russa andando oltre il mercato "endpoint", qualora si fosse già suoi partner.

Giampiero Cannavò, Head of Channel di Kaspersky Lab Italia, incita i distributori a spingere le nuove soluzioni e ad accrescere i partner coinvolti sul

mercato business, anche geograficamente: un'opportunità importante, per esempio, per le imprese operative in Trentino, Toscana e Liguria, oltre che nel centro-sud.

Obiettivo importante è specificatamente la componente medium e small business, che è cresciuta del 15% lo scorso anno, ma presenta ulteriori possibilità di aumentare fatturato e quote di mercato, secondo Cannavò.

Su fronte dell'offerta, come accennato, si punta molto sui servizi gestiti inerenti al programma MSP (Managed Service Provider), che comprendono Kaspersky Endpoint Security Cloud, Kaspersky Endpoint Security for Business Basic e Kaspersky Security for virtualization. Importanti gli sforzi effettuati sulla componente d'intelligence, che non può mancare in un'offerta per le imprese. Questa fornisce una protezione



Il team Kaspersky

estesa a un'ampia varietà di sistemi IT con novità importanti quali l'Anti Targeted Attack Platform (per gli attacchi mirati), una soluzione per la protezione da attacchi DDoS, soluzioni per il data center (con un motore di scansione che interagisce direttamente con i NAS), la rinnovata soluzione per ambienti virtuali, la prevenzione dalle frodi e, per ultima ma non ultima, la sicurezza per gli ambienti industriali, ambito che richiede le competenze di system integrator interessati a supportare la trasformazione digitale nelle imprese.

Infine, sarà presto tempo di rinnovare le certificazioni con il nuovo service pack in imminente arrivo, che presenta molte novità, come sottolinea Cannavò. Ulteriori incentivi che potrebbero fare la differenza sono i premi per i partner virtuosi, soprattutto se appassionati di auto e Ferrari in particolare.

Avanza l'adozione dell'Internet of Things

Uno studio internazionale pubblicato da Aruba rivela la crescente diffusione dell'IoT prevista nei prossimi anni per spingere l'innovazione e l'efficienza del business. Aumentano però i rischi alla sicurezza

di Paola Saccardi

Secondo una ricerca pubblicata da Aruba, società di Hewlett Packard Enterprise, la diffusione dell'Internet of Things (IoT) sta crescendo ed entro il 2019 si prevede un'adozione su larga scala a livello globale.

La ricerca ha intervistato 3.100 decision maker sia IT sia business di 20 Paesi per comprendere meglio la diffusione attuale e futura dell'IoT e l'impatto in diversi settori. Lo studio mostra innanzitutto che non c'è sempre un'idea chiara su quale sia la definizione esatta del termine IoT e come si traduce sulle proprie attività, sebbene praticamente tutti i business leader (98% nel mondo, 99% in Italia) dichiarino di comprendere cosa esso sia.

In ogni caso i benefici concreti generati dall'IoT superano persino le aspettative originali. Ciò risulta evidente in due aree di performance essenziali, secondo

la ricerca: l'efficienza di business e la redditività. Per esempio, solo il 16% dei business leader aveva previsto ampi ricavi dagli investimenti IoT, mentre ad implementazione avvenuta, l'aumento dei ricavi è stato registrato dal 32% degli executive. In modo simile, solo il 29% di questi si attendeva che le rispettive strategie IoT portassero a miglioramenti nell'efficienza di business, i risultati effettivi dimostrano come gli aumenti di efficienza siano stati sperimentati dal 46%.

Adozione dell'IoT per settori

La ricerca ha suddiviso l'adozione dell'IoT per comparti produttivi in modo da evidenziarne i diversi gradi di adozione. I settori verticali considerati sono quello aziendale, industriale, della Sanità, la PA e il retailer.

In particolare, nel settore aziendale, risulta che più

di sette aziende su dieci (il 72%) hanno introdotto dispositivi nei luoghi di lavoro. I servizi location-based per interni si classificano al secondo posto tra i casi di utilizzo più promettenti per aumentare la produttività del personale, dopo il monitoraggio remoto. Il 20% dichiara come caso chiave la gestione remota del condizionamento e dell'illuminazione degli edifici, una percentuale che diventa oltre il doppio arrivando al 53% quando si tocca la domanda relativa alle implementazioni IoT future.

Guardando, invece, ai risultati tangibili concretizzati oggi, il 78% afferma che l'introduzione dell'IoT nel luogo di lavoro ha migliorato l'efficacia del team IT e il 75% ha registrato un aumento della redditività.

Nel settore industriale, invece, l'IoT viene implementato soprattutto per monitorare e mantenere funzioni industriali essenziali e, in particolare, risulta che più di sei intervistati su dieci (il 62%) ha già implementato l'IoT in questo settore. La video sorveglianza non è ancora molto diffusa ma è prevista in crescita nei prossimi anni.

Sempre il monitoraggio, dei pazienti questa volta, è un aspetto che interessa il settore sanitario nell'adozione dell'IoT, anche per una questione di riduzione dei costi. Secondo la ricerca il 60% degli operatori della Sanità di tutto il mondo ha introdotto dispositivi IoT nelle proprie strutture. In questo comparto, il 42% degli executive considera il monitoraggio e la manutenzione come primo utilizzo dell'IoT più di qualsiasi altro settore. Otto interpellati su dieci riportano un incremento

TURNOVER

IL NUOVO PRESIDENTE EMEA DI LENOVO È FRANÇOIS BORNIBUS

Lenovo ha affidato la carica di Presidente Emea (Europa, Medio Oriente e Africa) con efficacia dal 1 aprile 2017 a **François Bornibus**, attualmente Vice President e Chief Operating Officer di Lenovo Emea. Il nuovo Presidente riferirà direttamente a **Luca Rossi** che mantiene la responsabilità generale per l'area Emea e nei mercati dell'America Latina. Bornibus guiderà la strategia e le iniziative di trasformazione per rafforzare la posizione di Lenovo nell'area Emea e raggiungere gli obiettivi nelle principali aree di business. In particolare rafforzerà la posizione di produttore di pc e smart device a livello globale e far crescere le quote nel mercato dei tablet, dove Lenovo ricopre già la posizione di terzo vendor in Emea. Altro obiettivo è rinforzare la posizione di Lenovo Data Center Group come forte competitor nel mercato enterprise, in grado di fornire ai clienti un portfo-



lio di soluzioni completo, tra cui storage, server, networking, e servizi e software connessi. Infine, la società vuole sostenere le ambizioni di Motorola nel portare al mercato Emea tutto il portafoglio prodotti nelle varie fasce di prezzo, con particolare focus sui segmenti di livello medio e premium. Durante la sua attività in Lenovo François Bornibus ha contribuito al successo registrato nell'area Emea con la carica di COO della regione nel 2012.

TURNOVER

FORCEPOINT AMPLIA L'EXECUTIVE MANAGEMENT TEAM

Una nuova figura entra a far parte dell'executive management team di Forcepoint, società americana specializzata in sicurezza informatica. **Brian J. Miller** entra in azienda con la carica di Senior Vice President of Customer Success and Operations, riportando direttamente al CEO **Matthew P. Moynahan** nella sede negli uffici di Austin, in Texas. La responsabilità del nuovo manager sarà quella di creare e coordinare esperienze di successo con i clienti attraverso tutte le fasi di contatto con essi, dalla pre-vendita di servizi di consulenza e progettazione all'implementazione e ai servizi professionali,

nonché iniziative continue di customer success and support. A questo si aggiunge anche la responsabilità della progettazione e ottimizzazione della supply chain di Forcepoint per elevare il livello di qualità nella consegna di prodotti e servizi ai clienti.

La squadra di Miller supporta tutte e quattro le aree di business Forcepoint: cloud security, network security, data & insider threat security e global governments. Prima di Forcepoint, Miller ha ricoperto la carica di executive vice president of strategy and integration in Virtustream, una società di servizi di cloud e software, mentre prima ancora è stato executive vice president di VCE Global Services con la responsabilità della creazione a livello mondiale di servizi di supporto professionale e di customer support. Ha ricoperto anche l'incarico di vice president degli EMC global storage managed services.

TURNOVER

NUOVO MANAGING DIRECTOR IN EXPERT SYSTEM

La società Expert System specializzata nel settore del cognitive computing e della text analytics, ha annunciato la nuova nomina di **Stefan Welcker** a managing director DACH (Germania,

Austria, Svizzera). Il manager ha alle spalle un'esperienza ventennale nel settore IT e avrà il compito di guidare la crescita della società nel mercato tedesco, subentrando a **Stefan Geissler**, che entra a far parte del team di ricerca e sviluppo nel ruolo di senior cognitive scientist. Prima di entrare a far parte di Expert System, Stefan Welcker è stato managing director della società di investimenti CF20. Prima ancora ha guidato il processo di trasformazione di Lexmark (già Perceptive Software) da fornitore di hardware a fornitore di soluzioni tecnologiche nell'Europa centrale e orientale. **Claudio Palmolungo**, Executive Vice President Europe di Expert System ha commentato la nuova nomina: "Nell'area DACH, sempre più organizzazioni hanno deciso di adottare l'intelligenza artificiale: con il supporto di Stefan, puntiamo a rafforzare la nostra presenza in questo mercato, continuando ad affiancare le aziende a generare valore sfruttando le nostre soluzioni cognitive". Nel corso della sua carriera, Stefan ha potuto supportare aziende quali E.ON, Airbus, EADS, Siemens, Nestle, BAT and Swiss Re ad evolvere e ottimizzare i processi sfruttando i vantaggi dell'intelligenza artificiale.