

SAS E LA PERVASIVITÀ DEGLI ANALYTICS

L'impresa "data driven" persegue la trasformazione aprendosi a nuovi scenari verso l'intelligenza artificiale.

a pag. 08



CORETECH METTE AL CENTRO IL BUSINESS DEI PARTNER

Al summit annuale del distributore milanese in mostra le opportunità per il canale ICT che deve affrontare il cambiamento con i piedi per terra.

A fare da filo conduttore alla giornata il tema della performance sportiva che Roberto Beneduci, Ceo di Coretech, ha evidenziato



spiegando come possa bastare poco per migliorarsi, superare il traguardo e

raggiungere il successo. È questo lo spirito che guida una squadra unita nella ricerca e ottimizzazione di soluzioni per le aziende del canale ICT. Soluzioni che

consentano di colmare quella piccola differenza utile per soddisfare il cliente, conquistarne la fiducia e costruire

il proprio margine.

a pagina 06

LA SECURITY INTELLIGENCE DI FIREEYE A PORTATA DEL MID-MARKET

Il report M-Trends 2017 che delinea gli scenari a livello globale delle minacce, la nuova proposizione commerciale che si indirizza verso le medie aziende e il lancio della piattaforma integrata Helix.

a pag. 03

SOMMARIO

La nuova divisione Passport Global Services di Exclusive
pag.04

Una nuova famiglia di dispositivi A3 Sapiens da HP
pag.05

Un nuovo approccio alla gestione delle informazioni targato Xerox
pag.05

Nuova nomina in Lenovo Mobile Business Group per l'Europa
pag.10

Nuovi incarichi ai vertici di NetApp
pag.10

Alain Biancardi guida il team commerciale di Expert System
pag.10

Partners Flip
anno VI - numero 202 settimanale
Direttore responsabile: Gaetano Di Blasio
In redazione: Riccardo Florio, Giuseppe Saccardi, Paola Saccardi, Camillo Lucariello.

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

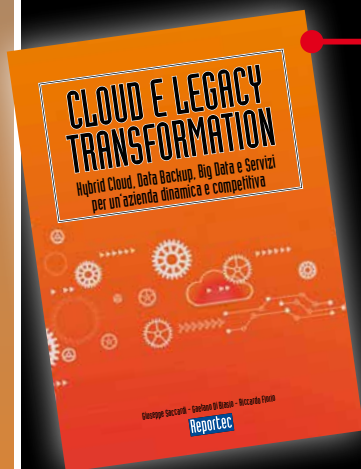


ABBONATI SUBITO A DIRECTION
A SOLI 50 EURO + IVA

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

La Security Intelligence di FireEye a portata del mid-market

Il report M-Trends 2017 che delinea gli scenari a livello globale delle minacce, la nuova proposizione commerciale che si indirizza verso le medie aziende e il lancio della piattaforma integrata Helix

di Riccardo Florio

Acinque anni di distanza dal suo arrivo in Italia, FireEye si conferma un'azienda in crescita e tra le realtà più interessanti all'interno del competitivo mercato della sicurezza ICT.

Focalizzata sul tema della cyber security con un'attenzione agli aspetti di security intelligence e un approccio orientato ai servizi, FireEye si avvale delle tecnologie di intelligence iSight e delle competenze e servizi nell'ambito dell'incident response ottenuti con l'acquisizione tre anni fa di Mandiant (azienda presente in quasi tutte le aziende top 500 americane e meno nota in Europa).

La focalizzazione sugli aspetti di resilienza della sicurezza resta la direttrice strategica dell'azienda, che sta ampliando il proprio target, finora concentrato sul "government" e sulle realtà di livello enterprise che dispongono

di un Security Operation Center (SOC), anche verso il mid-market. Questo passaggio è legato al recente lancio di Helix, una piattaforma integrata e modulare di sicurezza per la rilevazione, l'analisi e la risposta alle minacce che, di fatto, mette a disposizione un "SOC in a box" erogato in forma di servizio, appannaggio anche delle realtà più piccole, che non dispongono delle risorse e del know how per realizzare un SOC in casa.

Una svolta che, **Marco Riboli**, vice president Southern Europe di FireEye, ritiene che contribuirà ad ampliare notevolmente la penetrazione dell'azienda sul mercato italiano.

«Attualmente FireEye vanta in Italia un centinaio di clienti - precisa Riboli - che ricadono tra le società di primaria importanza, che devono confrontarsi con minacce crescenti in numero e sofi-

sticazione. Trentasei dei nostri clienti li abbiamo acquisiti lo scorso anno, segno che la sensibilità verso il tema della sicurezza sta cambiando. Il mid-market richiede fortemente queste soluzioni e sono convinto che troveremo ampio riscontro. FireEye rappresenta l'eccellenza per quanto riguarda l'incident response grazie soprattutto alle tecnologie e competenze di Mandiant, che è l'azienda che ha dato una svolta metodologica innovativa alla gestione degli incidenti».

FireEye eroga alcuni servizi specifici direttamente ma, prevalentemente, opera attraverso una serie di partner "managed" con cui l'azienda di sicurezza lavora costantemente: Security Reply, Puntoit, R1, Sorint, Innovery, Leonardo, CY4GATE, 7Layers, Lutech, Business E, Var Group.

In Italia le soluzioni Fire-



Marco Riboli - FireEye

Eye sono distribuite da Arrows ed Esclusive Networks che gestiscono un centinaio di partner attivi. Il report M-Trends 2017 e la situazione italiana Da diversi anni Mandiant pubblica M-Trends, un report che analizza a livello globale e per aree geografiche lo scenario degli incidenti, per fornire indicazioni su tendenze ed evoluzione dell'attività criminale.

L'Italia in EMEA si colloca al quinto posto come target per gli attacchi e solo il 6% delle aziende interpellate da Mandiant ritie-

ne di non essere a rischio; nonostante ciò un terzo delle aziende soprattutto del settore small e medium investe poco o nulla in sicurezza.

La nuova edizione del report evidenzia che l'attività di cyber crime in Italia è incrementata del 33% rispetto all'anno precedente. Questo anche grazie alla grande facilità con cui le infiltrazioni riescono a essere efficaci: segno di una carenza culturale in ambiti quali il contrasto al phishing. Gli attacchi hanno generato quasi

9 miliardi di perdite e il target tende ad ampliarsi al di fuori dei settori più tradizionali come quello finanziario.

Tra i "numeri" di rilievo vi è il tempo di permanenza medio di un attaccante all'interno di un ambiente compromesso, che è di 106 giorni nelle organizzazioni EMEA e di 99 giorni su scala globale. Un dato in rapida diminuzione, soprattutto in Europa, anche se si mantiene ancora troppo elevato: a livello globale era di 243 giorni nel 2012 e di 146 nel 2015

mentre in EMEA nel 2015 era di 469 giorni.

Un altro dato interessante è che gli attaccanti con motivazioni finanziarie hanno raggiunto nuovi elevati livelli di sofisticazione spostandosi verso l'uso di backdoor personalizzate con una configurazione unica per ogni sistema compromesso, incrementando il livello di resilienza della loro infrastruttura e migliorando le tecniche anti-forensi utilizzate. Mandiant segnala anche che nel 2016 gruppi di cyber criminali russi

hanno avuto un'ingerenza nelle elezioni presidenziali statunitensi e che ci sono segnali che questi gruppi rivolgeranno le loro prossime attenzioni anche alle elezioni europee.

Tra le indicazioni fornite dal report vi è anche l'invito rivolto alle organizzazioni che risiedono in EMEA a dedicare particolare attenzione ai rischi per il settore energetico e i sistemi di controllo industriali, verso i quali sembra si sta concentrando l'attenzione del cyber crime.

STRATEGIE

La nuova divisione Passport Global Services di Exclusive



Il distributore di servizi e tecnologie a valore aggiunto, Exclusive Group, ha annunciato la creazione della nuova divisione 'Passport Global Services' che rappresenta la concretizzazione di un progetto di respiro mondiale con cui la società vuole definire e integrare una serie di servizi tecnici altamente professionali di pre e post vendita, che offrono ai partner la possibilità di distinguersi sul mercato.

Nell'ambito del lancio dei

Passport Global Services, Exclusive introdurrà anche i MARS (Monitoring, Alerting & Reporting Services) per integrare le proposte dei servizi gestiti dei partner VAR e MSP/ MSSP. I MARS saranno inizialmente disponibili per i Next-Generation Firewall (NGFW) e le soluzioni Wi-Fi, ma sono previste ulteriori implementazioni future". "MARS è la risposta alla richiesta dei nostri partner di aumentare il valore dei propri servizi, elevandoli in termi-

ni di consulenza fornendo soluzioni di supporto professionali e tempestive" ha spiegato David Ellis, Direttore del Gruppo Exclusive per i Servizi Globali, che ha dato un impulso fondamentale al lancio della nuova Divisione Passport. Il manager spiega: "Adesso vantiamo una proposta trasversalmente condivisa, disponibile a livello globale, per i partner delle aree APAC e EMEA, con un raggio di azione reale in più di 100 paesi. In questa opera-

zione abbiamo voluto dare centralità a un nuovo servizio premium di supporto avanzato che offre 8 ore al giorno di prima assistenza in lingua locale, supportato a livello globale da una copertura attiva 24 ore su 24 e 7 giorni su 7".

Le tipologie di servizi disponibili da Passport includono: Passport Consulting; Pre-sales Engineering; Professional Services; Passport Logistics Services; Passport Support Services; Passport Training Services.

Una nuova famiglia di dispositivi A3 Sapiens da HP

Secondo **Tino Canegrati**, amministratore delegato di HP Italia (<http://www8.hp.com/it/it/hp-information/>), si tratta di «un mercato maturo, non eccitante, ma che consente ad HP di portare valore ai propri clienti» attraverso le competenze, uniche tra i vendor di stampanti, che l'Azienda può offrire nell'area ICT. Così, quella che forse è l'introduzione di prodotti più importante della storia di HP, l'azienda ha

presentato la nuova linea di stampanti e multifunzione evoluti, che **Luca Motta**, Printing Business Group Director di HP, ha paragonato all'evoluzione dell'uomo che, quando ha incominciato a ragionare, è diventato "Sapiens". Per questo, la nuova linea è stata battezzata "stampanti Sapiens".

Sono tre i punti di forza della nuova offerta: il primo, la completezza di gamma (54 dispositivi, 16 piattaforme, due

tecnologie: PageWide, per la stampa a colori, e LaserJet); il secondo, la sicurezza, garantita da SDS (Smart Device Services), il cervello dei nuovi prodotti, che garantisce 200 livelli diversi di security. Da ultimo il controllo dei costi e il rispetto per l'ambiente, ottenuti attraverso l'impiego di cartucce riciclabili a lunga durata

e le opzioni comuni a tutta la linea di stampanti e multifunzione, come l'unità di finishing (piegatrice, taglierina, rilegatrice, sorter, e così via). C.L.



Tino Canegrati - HP Italia

Un nuovo approccio alla gestione delle informazioni targato Xerox

Finalmente qualcuno ci ha pensato: applicare le stesse caratteristiche che hanno fatto dei tablet un successo immediato alle stampanti e alle multifunzione anche ad alti volumi. In questo caso, lo ha fatto Xerox (www.xerox.it), in contemporanea al lancio della nuova gamma di prodotti ConnectKey, in totale 29, dotate di numerose caratteristiche interessanti. Secondo quanto affermato da Xerox, la nuova gamma «tra-

sforma le tradizionali stampanti in veri e propri assistenti, intelligenti e connessi». In realtà, le serie di prodotti lanciate sono due: Xerox VersaLink (19 modelli), dedicate a piccoli gruppi di lavoro e team distribuiti e Xerox AltaLink (10 modelli), per gruppi e volumi di stampa elevati. Una delle caratteristiche comuni a entrambe le linee è la disponibilità di un pannello operatore touch



screen, molto simile a un tablet, quindi estremamente facile da usare e personalizzabile secondo le esigenze degli utenti. La possibilità di programmare e utilizzare app dedi-

cate, scaricabili anche da un sito specializzato, Xerox App Gallery (https://appgallery.external.xerox.com/xerox_app_gallery/solutions_market_place) rende la personalizzazione dei nuovi prodotti Xerox ancora più immediata. Xerox ConnectKey sono utilizzabili anche da smartphone e tablet e sono connettabili in cloud, perciò dotati di avanzati sistemi di sicurezza. C.L.

Coretech mette al centro il business dei partner

Al summit annuale del distributore milanese in mostra le opportunità per il canale ICT che deve affrontare il cambiamento con i piedi per terra

di Gaetano Di Blasio

La differenza tra vincere e non vincere in un gran premio di Formula 1 è di una manciata di secondi. A Melbourne, la distanza tra Sebastian Vettel, che ha vinto la gara con un tempo di 1 ora 24 minuti, 11 secondi e 670 millesimi, e Lewis Hamilton, giunto secondo, è stata di 9 secondi e 975 millesimi. In termini percentuali un'inezia.

La metafora sportiva permette a **Roberto Beneduci**, Ceo di Coretech, di sottolineare come possa bastare poco per migliorarsi, superare il traguardo e raggiungere il successo: «Il decimo classificato, Ocon della Force India, ha realizzato una performance inferiore appena dell'1,697%».

La performance è il tema del summit che tesse un filo unendo le soluzioni presentate durante il CoreTech Partner Summit 2017.

Un filo che parte dal pragmatismo di Roberto,

appassionato di tecnologia e tecnico, prima che amministratore delegato sempre a fianco dei propri collaboratori.

È questo lo spirito che guida una squadra unita nella ricerca e ottimizzazione di soluzioni per le aziende del canale ICT. Soluzioni che consentano di colmare quella piccola differenza utile per soddisfare il cliente, conquistare la fiducia e costruire il proprio margine.

«Non serve il singolo elemento che potrebbe farvi realizzare il grande salto, ma tanti miglioramenti che portano a un incremento di performance costante e, soprattutto, sistematico. Perché è la somma che fa il totale!», chiosa Beneduci, citando Totò.

Il mercato sta cambiando, come ha mostrato **Andrea Ardizzone**, segretario generale di Assintel, che ha illustrato alcuni dati di mercato e presentato brevemente la nuova piat-

taforma Assintel Report +. Un cambiamento che molti rivenditori non sanno ancora come affrontare. Coretech propone due strade complementari, come spiega Beneduci, scuotendo la platea: «Non si può vivere alla giornata senza una strategia. Noi abilitiamo i partner a essere Managed Service Provider e Cloud Service Provider».

Questo avviene grazie a un'offerta Cloud e On Premise, alla continua formazione sulle soluzioni (soluzioni pensate per i partner, evidenzia Beneduci) e sulle strategie di business. Oltre che al supporto.

Concretezza e sostanza con gli Sbam

La formazione è stata un altro leit motiv della giornata, non a caso iniziata con i corsi e le certificazioni, per poi, nel pomeriggio assistere alle presentazioni delle diverse soluzioni proposte da Coretech e dai vendor e partecipare



Roberto Beneduci - CoreTech

agli Sbam, cioè i momenti di incontro che erano stati prenotati dai partecipanti per conoscere da vicino le realtà presenti, andando subito al dunque, nei pochi minuti a disposizione, per approfondire opportunità e vantaggi di business.

Due le sessioni di Sbam per dare modo d'incontrare i vendor dopo le rispettive presentazioni, che sono state sostanziose. Oltre alle soluzioni ottimizzate da Coretech, Stellar e Sygma, sono state presentate le soluzioni di DrWeb, GFI Software, AKCP, Kerio Technologies, e Hewlett Packard Enterprise. Tutte interessanti. Interessante, in particolare la roadmap di degli sviluppi e dell'integrazione tra GFI e Kerio, dopo che quest'ultima è stata



acquisita dalla prima. In particolare, l'interesse comune è di continuare a innovare. Le due offerte sono molto complementari, il che facilita il processo d'integrazione, che vedrà progressivamente aggiungere le funzionalità di Kerio nei prodotti GFI. Se a lungo termine il brand Kerio potrebbe scomparire, ciò non accadrà ai prodotti, molti dei quali vedranno una "nuova vita" all'interno di soluzioni GFI, mentre aggiornamenti e nuove release andranno avanti senza soluzione di continuità.

Sempre in termini di roadmap, è stata interessante anche la presentazione di Dimitri Crea, channel manager di HPE per la divisione software. Quest'ultima è in procinto di cambiare ragione sociale in seguito all'imminente fusione con Microfocus, che si concretizzerà nella sesta azienda di software a livello mondiale a detta

dello stesso Crea, quale passa poi a presentare la soluzione HPE VM Explorer per il backup di ambienti VMware e Hyper-V. Come accennato diverse sono state le presentazioni delle soluzioni che dimostrano le capacità di scouting di Coretech e che aiutano a distinguersi. Particolare attenzione ha suscitato la soluzione Sygma di Coretech stessa, che, come ha spiegato Francesco Piccolo, permette di gestire i servizi per i clienti e la relazione con loro attraverso una serie di strumenti che consentono di controllare

l'erogazione dei servizi da parte di system integrator e MSP. Un tool che appare completo e il cui vantaggio è sostanzialmente quello di ottimizzare le attività con un notevole risparmio di tempo.

L'impegno premia

La manifestazione è stata anche l'occasione per premiare alcuni partner: «Quelli che hanno ingranato una marcia in più», motiva Beneduci, spiegandoci: «Sono rivenditori che già lavoravano con noi e, nell'ultimo anno, hanno realizzato un buon incremento di fatturato oppu-

re che hanno dimostrato di saper crescere, magari aumentando il cross selling o, meglio ancora, che hanno iniziato a lavorare bene nel cloud. Ci sono anche nuovi rivenditori che in breve tempo, interessandosi subito alle soluzioni da noi proposte, hanno raggiunto in breve tempo risultati apprezzabili».

A ritirare i premi sono stati: Nicola Malagnini, di Advanced Network System; Silvano Insogna, di Brain Service Solution Srl; Marco Racca, di DNS Informatica Sas; Davide Gianardi, di Dynamics Consult; Andrea Fazzi, di Fuzzy Logic srl; Giancarlo Martinelli, di GMK Sistemi Srl; Alberto Frigerio, di Mitan; Andrea Marucci, di Shift Srl; Erich Gambato, di Wellservice srl; Andrea Lacrima, di ALnet Consulting.

In chiusura giochi e divertimento per tutti.



La premiazione dei partner di CoreTech

Sas e la pervasività degli analytics

L'impresa "data driven" persegue la trasformazione aprendosi a nuovi scenari verso l'intelligenza artificiale

di Gaetano Di Blasio

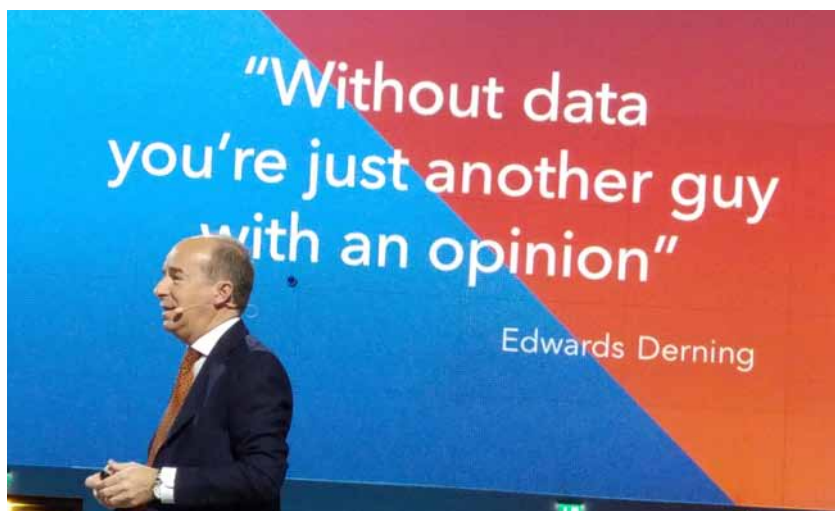
In contesto di elevata e crescente competitività non si può rinunciare ai vantaggi della trasformazione digitale, che si concretizza in nuovi modelli organizzativi, processi di business e supporti tecnologici. Tre i percorsi per la trasformazione, come spiega **Marco Icardi**, Regional Vice President di Sas, citando innovazione, competenze e apertura e dichiarando: «Non c'è alcun ambito in cui non occorra analizzare i dati». Da qui parte il "viaggio" della 12esima edizione del Sas Forum Milan, l'evento internazionale che ha raccolto oltre 2000 professionisti, tra esperti, manager e imprenditori, a confronto sugli advanced analytics visti come elemento base non solo per il supporto alle decisioni aziendali, per qualunque processo che preveda l'utilizzo di qualsivoglia dato.

Afferma Icardi: «Il passaggio definitivo alla trasformazione digitale è un processo creativo che

comporta un salto culturale, prima ancora che tecnologico. Se oggi collaborazione, apertura, conoscenze trasversali e nuove competenze cresceranno di pari passo con le tecnologie più avanzate, sarà possibile costruire ciò che fino a ieri era inimmaginabile».

Il contesto di riferimento, presentato durante la sessione plenaria, e rappresentato dalla continua interazione di oggetti che diventano sempre più intelligenti: cioè in grado di essere perché attivino processi a seguito di processi decisionali automatici.

L'insieme di cloud, analytics avanzati e machine learning è ciò che realizza il presente scenario di intelligenza artificiale. Non stiamo parlando degli androidi immaginati in Blade Runner, ma di tante forme di "intelligenza debole", che accrescono le capacità d'automazione,



Marco Icardi - Sas

basta pensare alle sempre più diffuse tecnologie per la sicurezza nella guida, come i sistemi di frenata che intervengono in caso di emergenza.

Sempre secondo quanto spiegato da Icardi, queste e altre forme di AI (artificial intelligence) modificheranno il modo di lavorare e produrre valore, ma stimolerà anche nuovi livelli di ingegno e creatività umani.

Dalle fioretteste ai cyborg

È l'inizio di una nuova era che vedrà la progressiva definizione di nuovi rapporti tra uomo e macchine che «renderà possibile

l'inimmaginabile», afferma **Oliver Schabenberger**, Executive vice president e CTO di Sas, prima di evidenziare, comunque, i limiti delle macchine intelligenti e di rischiare l'osso del collo imboccando male lo scivolo della pedana con il segway sul quale si è spostato durante la manifestazione.

Sulla pedana si sono poi alternati ospiti chiamati a esemplificare i vari temi introdotti, come la campionessa olimpionica Margherita Granbassi tornata a tirare di scherma e a incrociare, per l'occasione, il fioretto con Carlotta Ferrari, tredicenne già più che una promessa.

L'esibizione, portata sul palco da **Emanuela Sferco**, Regional marketing director di Sas, ha permesso di approfondire come anche nello sport sia fondamentale prendere decisioni in pochi secondi, mettendo a frutto l'esperienza, la determinazione, l'astuzia, oltre alla preparazione fisica, tecnica e spicologica, che sempre più si basa su supporti tecnologici in grado di analizzare e correlare diversi dati, senza dimenticare il supporto alle decisioni dei giudici in gara.

A rappresentare presente e futuro dell'interazione

uomo-macchina è stato **Neil Harbisson**, che si definisce artista e innovatore oltre a essere co-fondatore della Cyborg Foundation. Harbisson, nato con una tara genetica che gli impedisce di distinguere i colori, ha

inventato una tecnologia che permette di convertire la frequenza ottica dei colori in una frequenza sonora. Grazie a una telecamera e a un'antenna impiantata sulla calotta cranica riesce a percepire un suono diverso corrispondente al colore

etici apre nuove frontiere in termini legali.

Infine sul palco anche **Fabio Sbianchi**, amministratore delegato di OCTO Telematics a illustrare un più prosaico, ma attualissimo, tema legato al mondo assicurativo.

La telematica sta por-

ha fatto passi da gigante, mentre le polizze auto sono sempre le stesse», ha spiegato Sbianchi, sottolineando che «milioni di dati telematici raccolti da infiniti sensori, non solo quelli delle scatole nere, ma anche quelli provenienti dagli smart-

phone che sono in auto, stanno costringendo le assicurazioni a cambiare i modelli».

Ricco, come sempre, il programma di sessioni parallele nel pomeriggio, ma soprattutto importante l'appuntamento per i giovani, in cui si è parlato delle nuove pro-

fessioni e dell'importanza delle digital skill all'interno del cambiamento verso industria 4.0 e digital transformation. Presenti 340 studenti. Lo scorso anno 54 di loro trovarono lavoro.



Neil Harbisson - Cyborg

dell'oggetto che osserva. La Cyborg Foundation studia altri dispositivi ideati sia per recuperare capacità sensoriali perse per varie ragioni sia per aggiungere "nuovi sensi". Un fronte d'innovazione che oltre a porre quesiti

tando a un cambiamento importante in questo settore, storicamente poco reattivo alle innovazioni: «Dall'auto unica, la Ford T, che poteva essere acquistata "in qualsiasi colore purché fosse nera", l'industria automobilistica

TURNOVER

NUOVA NOMINA IN LENOVO MOBILE BUSINESS GROUP PER L'EUROPA

Lenovo Mobile Business Group ha nominato Antony Barounas nuovo Vice President della regione 'Western Europe', ovvero l'Europa Occidentale, che per la società include Italia, Iberia, Francia, Germania e Grecia. Il manager riporterà direttamente a Oliver Ebel, Vice President e General Manager di Lenovo Mobile Business



Group EMEA, e avrà il compito di guidare la crescita della società in Europa occidentale oltre a gestire il business Lenovo degli operatori globali Telco in EMEA. A lui riporterà il team guidato da Daniele De Grandis, General Manager Lenovo Mobile Business Group, Italy & Israel. «Il nostro obiettivo è quello di portare ai clienti innovazione reale e utile, sfidando lo status quo del mercato smartphone e sviluppando prodotti di livello premium che pos-

sano essere accessibili a tutti - dichiara Oliver Ebel, Vice President e General Manager, Lenovo Mobile Business Group EMEA -. Vogliamo diventare, con questa visione, il terzo produttore di smartphone a livello mondiale. Antony entra in Lenovo in un momento incredibilmente emozionante per la società, portandoci un'esperienza notevole nella tecnologia consumer che ci aiuterà ad avere maggior successo e a incrementare la nostra quota di mercato in Europa Occidentale».

TURNOVER

NUOVI INCARICHI AI VERTICI DI NETAPP

NetApp Italia ha affidato la carica di Country Sales Director a Marco Pozzoni che prende il posto di Bruna Bottesi, che è stata alla guida dell'Italia per quattro anni e assumerà invece la posizione di Go To Market Senior Director SEMEA, con la responsabilità dei piani strategici di vendita in Sud Europa.

Pozzoni ha alle spalle 15 anni di esperienza nel mondo della business technology e in NetApp avrà il compito di sviluppare il business nazionale e tutte le attività collegate, e, in particolare, di supportare la crescita dell'azienda nel mercato dello storage,

del cloud e dei big data. Inoltre il manager si occuperà anche di rafforzare la rete di partner della società e di guidare l'efficienza operativa all'interno del mercato di riferimento. Pozzoni prima di assumere l'incarico di Country Manager ha operato come Sales Director per l'area EMEA e India, sviluppando il business per le soluzioni NetApp in ambito Big Data Analytics e per la Terza Piattaforma. «Ora più che mai stiamo attraversando un momento decisivo: le organizzazioni e le aziende italiane hanno bisogno di tecnologie abilitanti per la Digital Transformation al fine di modernizzare il loro datacenter, accelerare e trasformare i processi e le applicazioni - ha commentato Marco Pozzoni, nuovo Country Sales Director di NetApp Italia -. Mai come oggi ci sono tante opportunità da cogliere per un vendor come NetApp che può aiutarle a raggiungere i propri obiettivi e mantenere alta la loro competitività, massimizzando il fatturato».



TURNOVER

ALAIN BIANCARDI GUIDA IL TEAM COMMERCIALE DI EXPERT SYSTEM

ZTE Corporation, azienda attiva a livello mondiale nella fornitura di soluzioni tecnologiche di telecomunicazioni, aziendali e consumer per l'Internet Mobile, e VEON hanno siglato un accordo quadro globale su NFVI (acronimo di Network Function Virtualisation Infrastructure) e vEPC (virtual Evolved Packet Core). L'obiettivo dichiarato dalle due società è di fare dell'accordo il punto di partenza di una nuova Era di collaborazione focalizzata nell'apportare una reale ed efficace innovazione nel campo delle tecnologie di virtualizzazione, sempre più richieste da aziende e service provider che hanno in corso piani di razionalizzazione delle proprie reti e lo sviluppo di nuovi servizi. In base ai termini dell'accordo siglato, ZTE assumerà il ruolo di fornitore del gruppo VEON per quanto concerne la NFVI e implementerà reti NFVI ed eVPC di grandi dimensioni in diversi Paesi, tra cui la Russia. La collaborazione tra le due aziende si propone anche di promuovere in modo efficace le iniziative di digitalizzazione e pianificazione strategica NFV di VEON.