

LE PREVISIONI TREND MICRO SULLA CYBER SECURITY NEL 2018

Sempre più sfruttate vecchie e nuove vulnerabilità, mentre si preparano nuove forme di ricatto con nuove forme di ransomware.

a pag. 07



NUVIAS RAFFORZA LA DIVISIONE PRACTICE DI CYBER SECURITY

Completata la gamma dei prodotti selezionati e certificati inseriti nella Practice di Cyber Security, la divisione di specializzazione e competenza che raggruppa soluzioni e servizi professionali di supporto volti a garantire

ai partner un'offerta ampia ed integrata. L'ampliamento della gamma dei prodotti, insieme al nostro team che vanta esperienza ultra ventennale, offre le migliori soluzioni per aiutare le imprese a costruire solide difese che



annullano ogni cyberattacco. Parliamo di soluzioni per il canale, con la predisposizione di un vasto ecosistema di tecnologie complementari, che possono essere integrate nelle altre soluzioni di sicurezza

e di rete, consentendo a Nuvias di ideare, progettare e sviluppare soluzioni su macro-scala, che coprono ogni aspetto dell'infrastruttura IT dei nostri clienti», ha evidenziato Piera Loche.

a pag. 03

LA CUSTOMER EXPERIENCE AL CENTRO DELLA STRATEGIA RETAILER

Una ricerca di JDA e RSR condotta su un campione di retailer innovativi e tradizionali ha analizzato il diverso approccio verso l'utilizzo della tecnologia.

a pag. 05



SOMMARIO

WatchGuard aumenta la sicurezza con Percipient

Networks pag.04

Rete più sicura con cPacket cClear e Cisco

Firepower pag.04

Mobility più produttiva e sicura con i tablet 2 in 1 di

Fujitsu pag.06

Snom Italia in crescita positiva nel 2017

pag.09

Nutanix affida il marketing a Carla Targa

pag.09

Nuova nomina in Samsung per l'area marketing B2B

pag.09

Partners Flip
anno VII - numero 217 settimanale

Direttore responsabile: Gaetano Di Blasio

In redazione: Giuseppe Saccardi, Paola Saccardi, Edmondo Espa.

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.



FUJITSU

Una combinazione perfetta

FUJITSU Server PRIMERGY
e Windows Server 2016



Microsoft

Windows Server: Power your business

Iperconvergenza, qualità e affidabilità:
i Server PRIMERGY e Windows Server 2016
sono la perfetta combinazione per vincere
le sfide del futuro. Cosa stai aspettando?

Info:

www.fujitsu.com/windowsserver2016

Numero verde: 800 466 820

customerinfo.point@ts.fujitsu.com

blog.it.fujitsu.com

© Copyright 2017 Fujitsu Technology Solutions

Fujitsu, il logo Fujitsu e i marchi Fujitsu sono marchi di fabbrica o marchi registrati di Fujitsu Limited in Giappone e in altri paesi. Altri nomi di società, prodotti e servizi possono essere marchi di fabbrica o marchi registrati dei rispettivi proprietari e il loro uso da parte di terzi per scopi propri può violare i diritti di detti proprietari. I dati tecnici sono soggetti a modifica e la consegna è soggetta a disponibilità. Si esclude qualsiasi responsabilità sulla completezza, l'attualità o la correttezza di dati e illustrazioni. Le denominazioni possono essere marchi e / o diritti d'autore del rispettivo produttore, e il loro utilizzo da parte di terzi per scopi propri può violare i diritti di detto proprietario.

shaping tomorrow with you

Nuvias rafforza la divisione Practice di Cyber Security

Nuvias amplia l'offerta e abilita ai partner di canale l'accesso a tecnologie e servizi a valore per la Digital Transformation e che proteggono dalle minacce

di Giuseppe Saccardi

Nuvias, distributore e ad alto valore aggiunto, ha completato la gamma dei prodotti selezionati e certificati inseriti nella Practice di Cyber Security, la divisione di specializzazione e competenza che raggruppa soluzioni e servizi professionali di supporto volti a garantire ai partner un'offerta ampia ed integrata. Il nuovo portfolio include in particolare:

- Arbor Networks, che contrasta attacchi DDoS e altre minacce avanzate,
- Barracuda Networks, che fornisce soluzioni di sicurezza e connettività per la cloud Era,
- HID Global che propone soluzioni di Strong Authentication e Identity Management,
- Juniper Networks che garantisce la protezione della rete grazie alla SDSN (Software Defined Secure Network),

- Malwarebytes, con soluzioni di disinfezione e protezione dati,
- VASCO, con strumenti di e-signature per documenti e transazioni online.

L'arricchimento del portfolio deriva dalla constatazione che innovazione digitale, trasformazione del business ed implicazioni tecnologiche comportano continui aggiornamenti delle infrastrutture IT. Il 2017 verrà ricordato come l'anno dell'estorzione digitale, con gli attacchi WannaCry e NotPetya perpetrati a livello mondiale, così come è stato l'anno nero del Data Breach, ovvero del furto



Piera Loche di Nuvias



e della diffusione di dati sensibili.

Come se non bastasse, l'inarrestabile domanda di nuove tecnologie e il rapido aumento di vendor emergenti, sottolinea quanto il canale debba

tenere il passo con tassi di innovazione senza precedenti. Nuvias, ha spiegato Piera Loche, Managing Director di Nuvias Italy, si è proposta di rispondere in modo puntuale a queste esigenze, fornendo un portfolio molto ampio di soluzioni progettate e sviluppate

per adattarsi a tali trasformazioni, siano queste legate a cambi di piattaforma, migrazioni sul cloud o difesa da rischi finora sconosciuti.

La società, spinta dai recenti cambiamenti del settore, si è attivata per rinnovare la propria offerta e garantire ai partner di canale l'accesso alla più ampia gamma di tecnologie ad alto valore e ad una serie di servizi di supporto innovativi, per consentire ai partner di incrementare il loro business e di entrare in nuovi mercati.

Il portfolio di prodotti si basa sul concetto di Practice, un'area di specializzazione e competenza, che riunisce soluzioni leader di settore e servizi professionali di supporto

in modo da creare un'offerta ampia e coesa.

Ad oggi le Practice attive in Nuvias sono Cyber Security, Advanced Networking e Unified Communication, cui si andranno ad affiancare nei prossimi mesi anche quelle di Application Performance, System Infrastructure, Cloud e Mobility.

«L'ampliamento della

gamma dei prodotti, insieme al nostro team che vanta esperienza ultra ventennale, offre le migliori soluzioni per aiutare le imprese a costruire solide difese che annullano ogni cyberattacco, identificando le minacce per tempo e rispondendo in maniera efficace. Parliamo di soluzioni per il canale, con la predi-

sposizione di un vasto ecosistema di tecnologie complementari, che possono essere integrate nelle altre soluzioni di sicurezza e di rete, consentendo a Nuvias di ideare, progettare e sviluppare soluzioni su macro-scala, che coprono ogni aspetto dell'infrastruttura IT dei nostri clienti», ha evidenziato Piera Loche.

STRATEGIE

WatchGuard aumenta la sicurezza con Percipient Networks

Watchguard, specializzata in soluzioni di sicurezza di rete avanzate, ha annunciato l'acquisizione di Percipient Networks che sviluppa soluzioni di protezione per le PMI. In particolare, con il prodotto di punta, Strongarm, blocca gli attacchi malware e di phishing con un servizio di sicurezza Domain Name System (DNS) semplice da implementare.

Il servizio Strongarm monitora le richieste DNS in uscita e blocca il traffico verso siti Web basandosi su una lista di domini riconosciuti come malevoli. Inoltre, monitorando le richieste a livello del dominio, le capacità di filtro di

Strongarm si estendono a tutte le porte e protocolli. In più, oltre a bloccare il traffico verso siti pericolosi, la piattaforma Strongarm è stata progettata per facilitare la formazione di utenti e amministratori IT. Percipient Networks dispone, infatti, di un team di analisi delle minacce che si interfaccia con gli IT managers e i managed service providers (MSP) per fornire approfondimenti sugli attacchi e su come prevenirli in futuro. Watchguard ha fatto sapere che la soluzione sarà integrata nella propria piattaforma di sicurezza unificata per offrire ai clienti la migliore protezione possibile da una vasta varietà di

minacce.

Con questa acquisizione Watchguard punta a migliorare ulteriormente l'efficacia della protezione dal malware, accrescere il valore del bundle di servizi avanzati Total Security Suite (TSS), e progredire nell'evoluzione della propria offerta di cloud security. Watchguard fa sapere che non appena il prodotto sarà rilasciato in versione beta, i partner e i clienti potranno avere accesso al nuovo servizio di DNS filtering. Successivamente sarà disponibile nel pacchetto di sicurezza all-in-one del vendor, Total Security Suite, in una prossima versione del Firewall.

RETE PIÙ SICURA CON CPACKET CCLEAR E CISCO FIREPOWER

cPacket Networks, fornitore di soluzioni di analisi e network performance monitoring (NPM) di nuova generazione, ha annunciato l'integrazione della sua piattaforma cClear con Cisco Firepower.

cClear è una piattaforma scalabile di network performance monitoring wirespeed che permette di analizzare centinaia di migliaia di link in tempo reale tramite una console centralizzata che elabora il traffico di rete.

La combinazione della console di visualizzazione cClear di cPacket con la piattaforma di unified management Cisco Firepower, evidenzia cPacket Networks, ha l'obiettivo di fornire alle aziende i benefici di un contesto molto più ampio inerente un evento che può minare la sicurezza. La collaborazione mira a favorire la convergenza tra NetOps e SecOps, due entità all'interno dell'azienda spesso isolate, ma che condividono l'obiettivo comune di garantire un'infrastruttura di rete sicura e ad alte prestazioni, ma anche caratterizzata da costi contenuti e alta efficienza.

La customer experience al centro della strategia retailer

Una ricerca di JDA e RSR condotta su un campione di retailer innovativi e tradizionali ha analizzato il diverso approccio verso l'utilizzo della tecnologia

di Paola Saccardi

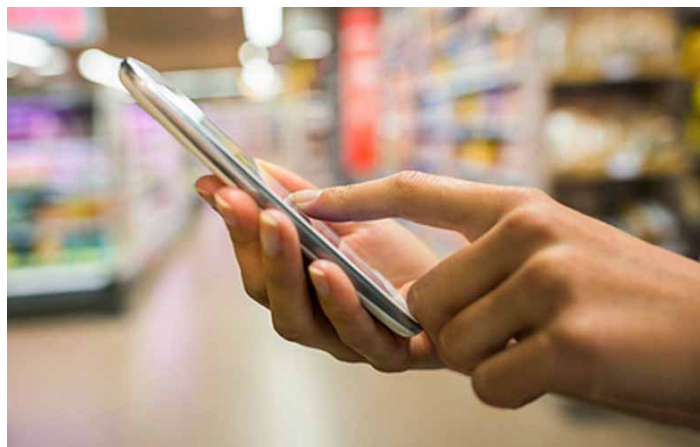
L'innovazione tecnologica sta portando vantaggi a molti settori tra cui quello della vendita al dettaglio e i retailer stanno capendo che investire in innovazione è una strategia vincente. Tuttavia al centro dell'evoluzione del settore c'è sempre il cliente, attorno a cui ruotano esigenze, abitudini di acquisto, preferenze e così via.

Entrare in relazione stretta col cliente, prevederne i bisogni e soddisfarli sarà essenziale per il successo del settore. In questo la tecnologia rappresenta uno strumento fondamentale per offrire una customer experience di valore. Risultati interessanti per capire l'evoluzione in atto sono stati presentati da JDA Software Group nell'indagine '2018 Retail Disruptors Survey', elaborata da Retail Systems Research (RSR), che ha coinvolto oltre 100 retailer innovativi e non in tutto il mondo, rivelando dati inte-

ressanti.

«I risultati dell'indagine sono chiari: gli innovatori sono più disposti a sacrificare una crescita più rapida per riuscire ad offrire l'esperienza cliente che gli acquirenti si aspettano. I retailer innovativi inoltre sono consapevoli che la tecnologia rappresenti un fattore strategico e non solo un costo da gestire. Questa consapevolezza sarà fondamentale per il loro successo nella fase di continua evoluzione del settore» ha dichiarato **JoAnn Martin**, vice president industry strategy, JDA.

Dai risultati dell'indagine è emerso che il 66% degli innovatori si dichiara profittevole, mentre il 18% ha indicato una previsione di crescita nei prossimi 18 mesi. Il 49% dei retailer innovativi cresce a un tasso annuale superiore all'11%, mentre solo il 30% dei retailer tradizionali registra la stessa percentuale in positivo.



Gli innovatori affermano che la chiave del loro successo risiede nella velocità fornita dalla tecnologia, nel bilanciare i profitti e nel mantenere le promesse al cliente. L'affidabilità, in particolare l'attenzione alla coerenza di esecuzione (62%) e alla profittabilità (60%), è la qualità che gli innovatori ritengono più importante, mentre si rifiutano di sacrificare la redditività per una crescita più rapida.

Quello che sembra caratterizzare i retailer innovativi rispetto a quelli più tradizionalisti è in pratica l'utilizzo della tecnologia per migliorare l'esperienza cliente. Il 25% degli innovatori, infatti, offre

un'esperienza di shopping continua attraverso tutti i canali, rispetto al solo 13% dei tradizionali.

I retailer innovativi privilegiano investimenti in funzionalità digitali incentrate sul cliente. Il 25% degli intervistati ha implementato tecnologie digitali, rispetto al 19% dei non innovatori. Dato ancor più interessante, il 35% dei retailer tradizionali non ha in programma di implementare tecnologie digitali, rispetto al 25% degli innovatori. Il divario maggiore si riscontra tra le capacità digitali già implementate e la pianificazione di un cambiamento, prova che gli innovatori del retail hanno un approccio 'fail fast and

move on' verso le tecnologie che non soddisfano le loro esigenze. Quindi questi ultimi sono più propensi a implementare nuove tecnologie per migliorare l'esperienza del cliente, ma sono anche veloci nel cambiare direzione quando non vedono i benefici previsti. Per quanto riguarda, invece, l'evoluzione futura

dei negozi, dall'indagine emerge la tendenza a ritenere che i negozi fisici non scompariranno a breve: 87% degli innovatori e 79% dei non innovatori hanno negozi fisici e continueranno ad aprirne altri in futuro.

Tuttavia la chiave del successo dei punti vendita dipenderà dalla capacità

di creare esperienze accattivanti e nell'utilizzarli anche come centri di distribuzione per evadere gli ordini effettuati anche tramite altri canali. Il 71% degli innovatori intervistati ha dichiarato che la soddisfazione cross-channel porterà traffico nei negozi, un chiaro segno che le opzioni volte alla soddi-

sfazione del cliente come acquistare online, ritirare in negozio (BOPIS) e acquistare online e fare il reso in negozio (BORIS) saranno sempre più diffuse. Anche la tecnologia interattiva (62%) e i programmi di fidelizzazione (60%) sono consideranti rilevanti per favorire l'incremento delle visite ai negozi.

TECNOLOGIE

Mobility più produttiva e sicura con i tablet 2 in 1 di Fujitsu

Fujitsu ha annunciato il suo nuovo Stylistic Q738, un tablet di classe business 2 in 1 con tastiera removibile, che si posiziona come modello top di gamma.

Il tablet è stato progettato per avere un'elevata resistenza. Tramite un involucro di magnesio e bordi rinforzati è in grado di resistere a colpi e urti accidentali. Equipaggia un display wide-screen antiriflesso Full HD da 13,3 multi-touch che ne permette l'utilizzo, spiega Fujitsu, anche sotto la luce diretta del sole. A livello di processore equipaggia un Intel Core di 8 generazione.

Il dispositivo mobile ha un peso che parte da meno di 800 grammi e dati di targa

evidenziano come la sua batteria ne permetta il funzionamento per una intera giornata lavorativa.

Fujitsu lo propone come dispositivo portatile ideale per il lavoro d'ufficio e adatto in settori come quelli della sanità e dei servizi finanziari, dove i dispositivi vengono portati in giro per tutta la giornata.

A livello software è disponibile il sistema operativo Microsoft Windows 10 Pro, a scelta, Windows 10 Home. Il nuovo 2 in 1 è dotato di funzionalità anche di sicurezza di livello enterprise come i lettori opzionali di smartcard e di impronte digitali.

Robuste anche le funzioni per la connettività di rete. Oltre a un modulo 4G/LTE

opzionale, è dotato di un connettore USB Type C utilizzabile con port replicator. Un cradle e una docking con tastiera retroilluminata permettono all'utente di lavorare in maniera ergonomica e di collegarsi alle reti aziendali.

«Dispositivi mobili potenti e flessibili sono un elemento fondamentale per la trasformazione del workplace digitale. Secondo alcuni analisti, i dispositivi 2 in 1 saranno tra le priorità di spesa IT di quest'anno dal momento che le aziende sono interessate ad aumentare la produttività, la mobilità e la flessibilità dei loro dipendenti», ha commentato l'annuncio del rilascio **Rüdiger Landto**, Head of Category Management for

Stylistic Q738



Client Computing Devices di Fujitsu EMEA.

Il nuovo tablet non è l'unica novità in casa Fujitsu. La società ha annunciato altri dispositivi: il **Lifebook T938** e il modello convertibile a 360 gradi **Lifebook P728**.

Entrambi i dispositivi sono equipaggiati con processori Intel Core di 8a generazione e il LIFEBOOK T938 dispone anche di una fotocamera posteriore da 5 megapixel che permette di scattare fotografie e riprendere video come con un telefono mobile, mentre la videocamera frontale è ottimizzata per le videoconferenze.

Le previsioni Trend Micro sulla cyber security nel 2018

Sempre più sfruttate vecchie e nuove vulnerabilità, mentre si preparano nuove forme di ricatto con nuove forme di ransomware

di Gaetano Di Blasio

Il 2018 appena iniziato vedrà crescere ancora la pressione del cybercrime, con vecchie e nuove minacce, oltre quelle "reingegnerizzate".

Secondo **Martin Rösler**, Senior Director Forward Looking Threat Research di Trend Micro, siamo già in una fase in cui molti attacchi vengono realizzati con l'ausilio di tecniche più o meno sofisticate di machine learning: la battaglia sulla sicurezza si delinea come scontri fra intelligenze artificiali.

Rösler, che nello specifico guida uno dei gruppi più avanzati di ricerca di Trend Micro (in totale oltre 2mila ricercatori in tutto il mondo, si occupa di analisi del "comportamento", elemento imprescindibile per un approccio integrato, ormai necessario per contrastare gli attacchi mirati e non solo.

Secondo il rapporto "Previsioni Trend Micro sulla sicurezza per il 2018", questo nuovo anno richiederà una gestione delle patch sempre più affidabile. Infatti, come

spiega **Gastone Nencini**, country manager di Trend Micro Italia, la superficie disponibile per gli attacchi è sempre più grande e le vulnerabilità verranno utilizzate per sfruttare gli eventuali punti deboli delle infrastrutture di difesa. Purtroppo le violazioni maggiori sfrutteranno vulnerabilità già conosciute, precisa il manager, che aggiunge: «Molti attacchi, che sono stati devastanti nel 2017, hanno sfruttato delle vulnerabilità conosciute e le loro conseguenze si sarebbero potute evitare se i sistemi fossero stati patchati preventivamente. Per questo patch management e formazione dei dipendenti devono diventare una priorità».

Il GDPR sarà certamente un'occasione per spingere le imprese a investire nella sicurezza, ma, per assurdo, teme Nencini, rappresenta

un'opportunità per i cyber criminali, che potrebbero fissare il costo del riscatto, nel caso dei ransomware, basandosi sulle sanzioni previste dal regolamento europeo cui bisogna essere conformi dal dal 25 maggio prossimo. A tale proposito, inoltre, si prevede che questa sarà solo la data in cui si comincerà a definire il piano di sicurezza, ma che i provvedimenti seri partiranno solo dopo che arriverà la prima multa.

Oltre le vulnerabilità

La superficie di attacco cresce, rimarca ancora il manager italiano, perché alle tecnologie informatiche si sommano le tecnologie operative, cioè quelle tipiche di ciascun settore, finora ritenute sicure in quanto isolate nelle fabbriche o in varie strutture, ma oggi sempre più connesse e, quindi, a



Gastone Nencini di Trend Micro

rischio.

Cresceranno, dunque il numero delle vulnerabilità IoT e, in generale una connettività sempre maggiore porterà nuove opportunità ai cybercriminali per penetrare nelle reti aziendali.

Il su citato ransomware continuerà essere una minaccia, perché la sua efficacia lo rende uno strumento sempre apprezzato dal cybercrime. Anzi, secondo i ricercatori di Trend Micro, si manifesterà una crescita degli attacchi mirati dedica-

ti a singole aziende, che saranno costrette a pagare ingenti riscatti.

Attenzione particolare, Nencini la dedica agli attacchi " BEC (Business Email Compromise), che purtroppo hanno ottenuto molti successi. Si tratta delle false email, confezionate con cura e spesso precedute da un'accurata fase di raccolta dati per colpire al momento giusto. Tipico è il caso della falsa email spedita dal Ceo al Cfo con una richiesta di effettuare un bonifico urgente. Qui la sicurezza è una questione di processi e di cultura aziendale

Gli esperti di Trend Micro valutano che le perdite globali generate dalle truffe Business Email Compromise supereranno i 9 miliardi di dollari.

Un ulteriore elemento di preoccupazione riguarda la cyber propaganda, le cui

campagne saranno perfezionate utilizzando tecniche già sperimentate con successo in precedenza. In effetti, sembra che nel dark blue siano disponibili pacchetti di cyber propaganda as a service.

Il livello di sofisticazione degli attacchi non ha mai smesso di crescere e una strategia di difesa multilivello diventa sempre più necessaria. Secondo i ricercatori, infatti, i cybercriminali sfrutteranno anche le tecnologie emergenti, come la blockchain e il machine learning, per aggirare i tradizionali sistemi di sicurezza con nuove tecniche di evasione.



I CYBER CRIMINALI SFRUTTERANNO IL
**MACHINE LEARNING E LE TECNOLOGIE
BLOCKCHAIN** PER ESPANDERE LE
LORO TECNICHE DI EVASIONE

può essere il cloud, ma «serve sicurezza e visibilità degli asset dentro e fuori dal cloud», sottolinea il manager europeo.

Ezio Ricca, manager area Data Protection e Cyber Security di Reply, torna sulla questione dell'obsolescenza delle tecnologie industriali non protette dai rischi cyber, evidenziando che l'Italia è al quarto posto nel mondo per numero di dispositivi esposti su Internet.



Martin Rösler di Trend Micro

Molte tecnologie saranno utilizzate per scopi "maligni" e altre saranno penalizzate. Rösler, per esempio lancia l'allarme sui rischi delle implementazioni NFC (Near Field Communications), che si diffonde a ritmi elevati.

Alla presentazione della ricerca sulle minacce hanno testimoniato la propria esperienza SAP e Reply. In particolare, Matteo Losi, Head of the Digital Awareness Office per EMEA South di SAP, ha visto molti progetti Industry 4.0, che puntano sul predictive digital, dove, però, occorre molta sicurezza e in più punti. Un aiuto

TENDENZE

SNOM ITALIA IN CRESCITA POSITIVA NEL 2017

Soddisfazioni per la filiale italiana di Snom, società con sede a Berlino che produce telefoni VoIP professionali di livello enterprise, che ha chiuso il bilancio 2017 in positivo con un fatturato secondo soltanto alla Germania e seguita dalla Francia. Un risultato ottenuto dal team guidato da **Fabio Albanini**, che grazie al successo delle strategie implementate negli anni, oggi ricopre il ruolo di Head of Sales South of Europe ed è responsabile degli uffici commerciali di Snom in Francia, Spagna, Portogallo, Malta e Israele oltre alla filiale italiana. Albanini sottolinea che: "Nel 2017 il numero delle unità vendute in Italia è cresciuto notevolmente dando luogo a un incremento del fatturato del 47%, anche grazie al consolidamento delle importanti collaborazioni siglate con i principali Carrier sul territorio nel 2016". L'aumento del numero di operatori telefonici che oggi propongono il VoIP così come piattaforme di UC complete alla propria clientela business, anche in modalità 'as-a-Service', ha consentito ai tradizionali installatori telefonici di cambiare rotta. A questi si ag-

giungono gli specialisti delle reti alla ricerca di terminali IP con cui poter replicare la robustezza delle infrastrutture della telefonia classica, ma aggiungendo i vantaggi derivanti dalle nuove tecnologie in termini di convergenza dati/voce. Un altro aspetto che ha giocato un ruolo importante, fa sapere la società, per i risultati ottenuti dalla filiale italiana è da attribuire alla collaborazione instaurata con la nuova casa madre, VTech, che ha offerto la propria esperienza nella produzione su scala industriale. Ciò ha consentito a Snom di abbattere i costi di produzione di tutte le proprie linee di terminali IP, rendendo l'implementazione di infrastrutture per la telefonia VoIP accessibile anche a nuovi bacini di utenza tra le piccole e medie aziende.

TURNOVER

NUTANIX AFFIDA IL MARKETING A CARLA TARGA

Nuovo ingresso nell'area marketing di Nutanix, società specializzata nel fornire architetture multi-cloud, che ha nominato Carla Targa Field Marketing Manager per l'Italia, incarico per il quale risponderà direttamente a Yacine Kherbane, Senior Field Marketing Manager,



Southern Europe & Middle East di Nutanix. Carla avrà la responsabilità della creazione, gestione ed ottimizzazione di tutte le attività marketing del brand sul territorio italiano, con l'obiettivo di incrementare la brand awareness e stimolare la richiesta delle soluzioni Nutanix da parte del mercato. La manager collaborerà a stretto contatto con il team di vendita locale e i partner di canale e tecnologici per il lancio di nuovi prodotti e soluzioni, eventi di mercato, programmi per la generazione della domanda e attività specifiche per il canale. Carla Targa ha alle spalle un'esperienza di quasi 20 anni nel settore del marketing e della comunicazione, sia consumer che B2B, avendo ricoperto incarichi di responsabilità crescente a livello nazionale e internazionale presso aziende quali D-Link, Trend Micro e Apple Computer Italia.

TURNOVER

NUOVA NOMINA IN SAMSUNG PER L'AREA MARKETING B2B

Samsung Electronics Italia

ha annunciato una nuova nomina per l'area marketing B2B della divisione telefonia.

L'incarico di Head of marketing B2B è ora di Paolo Bagnoli, che riportando ad Antonio La Rosa, sarà responsabile dello sviluppo della comunicazione relativa alle strategie di business della sua business unit, con una focalizzazione sul mercato enterprise e delle piccole e medie imprese italiane.

Bagnoli ha già lavorato per Samsung in precedenza ricoprendo ruoli di sempre crescente responsabilità, arrivando nel tempo a definire la strategia di marketing dell'azienda nel settore mobile e contribuendo alla diffusione dei prodotti del brand coreano sul territorio italiano.

Prima di tornare di nuovo in Samsung il manager ha accumulato due anni di esperienza in Microsoft Italia, all'interno della struttura Consumer Channel Group con la responsabilità di definire le strategie marketing di Xbox nell'area mediterranea.

