

## PR.ES. SI PROIETTA VERSO IL FUTURO E DIVENTA NOVANEXT

Il system integrator si rinnova nel brand per seguire l'evoluzione verso la trasformazione digitale che sta coinvolgendo sia l'azienda sia il mercato.

a pag. 08



## PIÙ FOCUS E OPPORTUNITÀ PER IL CANALE FUJITSU

Specializzazione, competenze e collaborazione sono le parole chiave del nuovo approccio al cliente che la trasformazione digitale impone e che in Fujitsu chiedono al canale.

Manuela Chinzi, da gennaio Head of Channel di Fujitsu Italia ci spiega che ai propri partner Fujitsu ha deciso di dedicare più risorse per aiutarle a cambiare la modalità di vendita, andando dal cliente già consapevoli di quali esigenze



ze abbiano e cosa possa servirgli.

Il programma Select, che vede la creazione di business unit dedicate a Fujitsu presso tutti i loro distributori, richiede la

partecipazione a corsi di specializzazione sia nella vendita sia sulle competenze verticali e infine sulla tecnologia. Il training cui sono sottoposti i partner è finalizzato a renderli più autonomi nel proporre al cliente le soluzioni Fujitsu.

a pag. 03

## F5 RILASCIAM SERVIZI PER LA SICUREZZA DELLE APPLICAZIONI IN AMBIENTI MULTI-CLOUD

BIG-IP Cloud Edition fornisce i servizi applicativi per l'implementazione, la gestione, l'orchestrazione e l'automazione delle applicazioni.

a pag. 04



## SOMMARIO

Nel multicloud spazio per la crescita del canale pag.05

Il Qlik Partner Program si rinnova con l'offerta MSP pag.06

Bludis distribuisce le soluzioni di Arcserve pag.07

Arrow sigla con Tenable per ampliare il portfolio sicurezza pag.07

Attiva Evolution dà appuntamento in 3 città italiane pag.09

Maurizio Rota alla guida del Gruppo Esprinet pag.09

Nuova nomina per la guida del canale mondiale di Commvault pag.10

Exclusive Group nomina il nuovo VP Global Operations pag.10

Piergiorgio Vittori alla guida di Spitch Italy pag.10

Partners Flip anno VII - numero 223 - quindicinale

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.



## DOVE TROVI L'INNOVAZIONE PER LA TUA AZIENDA

Smau è l'appuntamento di riferimento per l'ecosistema italiano dell'Innovazione. Alla tre giorni di Milano da diversi anni si affianca un Roadshow che porta l'innovazione nei territori per approdare a Berlino e da quest'anno anche a Londra, dove le startup e imprese del nostro Paese avranno la possibilità di misurarsi direttamente con investitori e imprese del mercato tedesco e britannico.

Un percorso che ogni anno vede la partecipazione di **50mila imprese**, che scelgono Smau per trovare nuove

“ispirazioni” e **orientarsi nel complesso e ricchissimo panorama dell'ecosistema dell'innovazione italiana**. Il modello di riferimento è quello dell'Open Innovation: innovare da soli non conviene più, mentre è dall'incontro fra **mondo corporate** e la **galassia delle startup** che spesso nascono le innovazioni destinate a disegnare il futuro. Ma la proposta di Smau non si esaurisce con il calendario del Roadshow: alle tappe sul territorio si affianca la **piattaforma online gratuita** di formazione permanente **Smau Academy**.

### SMAU IN PILLOLE (dati 2017)



**50.000**

VISITATORI



**1.000**

ESPOSITORI



**2.200**

OPERATORI MEDIA



**700**

WORKSHOP ED EVENTI



**500**

CASI DI SUCCESSO

### UN ROADSHOW PER ACCELERARE L'INNOVAZIONE ITALIANA

**SMAU PADOVA** 22-23 Marzo

**SMAU LONDRA** 2-3-4 Maggio *new*

**SMAU BOLOGNA** 7-8 Giugno

**SMAU BERLINO** 13-14-15 Giugno

**SMAU MILANO** 23-24-25 Ottobre

**SMAU NAPOLI** 13-14 Dicembre

# PIÙ FOCUS E OPPORTUNITÀ PER IL CANALE FUJITSU

*Prosegue l'implementazione del programma per il canale con nuove risorse dedicate al supporto dei partner e business plan dedicati. Massiccia la formazione con corsi obbligatori*

di Gaetano Di Blasio

Specializzazione, competenze e collaborazione sono le parole chiave del nuovo approccio al cliente che la trasformazione digitale impone e che in Fujitsu chiedono al canale.

**Manuela Chinzi**, da gennaio Head of Channel di Fujitsu Italia ci spiega che ai propri partner Fujitsu ha deciso di dedicare più risorse per aiutarle a cambiare la modalità di vendita, andando dal cliente già consapevoli di quali esigenze abbiano e cosa possa servirgli.

Il programma Select, che vede la creazione di business unit dedicate a Fujitsu presso tutti i loro distributori, richiede la partecipazione a corsi di specializzazione sia nella vendita sia sulle competenze verticali e infine sulla tecnologia.

I Select Expert selezionati quest'anno sono 90, trenta in meno rispetto l'anno scorso. Trenta partner che ancora non sono riusciti a fare il salto di qualità

richiesto. I Select Expert, di cui 8 classificati come "Circle", sono affidati a un partner account manager, una figura senior con grande esperienza, che li aiuta a indirizzare tutte le nuove tematiche, «perché il mercato sta cambiando e molto velocemente, e bisogna essere protagonisti e cavalcare questa trasformazione», afferma la responsabile del canale italiano.

Il training cui sono sottoposti i partner è finalizzato a renderli più autonomi nel proporre al cliente le soluzioni Fujitsu. Tutte le soluzioni: sia in ambito data center, come la data protection, l'ibrid IT, l'iperconvergenza e altre, sia le soluzioni nell'ambito workplace, come la scrivania del futuro, la sicurezza, l'IoT o l'intelligenza artificiale.

All'aiuto dei partner account Fujitsu affianca tutta la prevendita.

Durante l'anno, però, si

sussequiranno i corsi verticali che ogni partner avrà l'obbligo di seguire per ottenere la certificazione. Si potrà scegliere all'interno di un catalogo, ma dovranno essere almeno tre per i Select Expert. Per i Circle si aggiunge anche la necessità di conseguire delle specializzazioni.

Tutto questo per il suddetto cambiamento che impone di poter supportare il cliente molto in "profondità". Alcune delle specializzazioni vanno conseguite all'estero, per accrescere la propria esperienza e conoscere il modo di lavorare in altre nazioni.

In Fujitsu credono molto in questo sforzo di formazione, tanto che, non volendo lasciare nessuno indietro, eroga tali corsi gratuitamente. Questi sforzi sono peraltro ripagati con dei business plan dedicati e varie attività, come gli eventi di co-marketing. «Inoltre, le certificazioni sono rese pubbliche attraverso il de-



Manuela Chinzi - Fujitsu Italia

aler locator di Fujitsu, che permette all'utente finale di individuare il partner più indicato per aiutarlo realizzare una propria idea o per dare una risposta a quello che ancora non conosce», afferma Chinzi, che aggiunge: «In pratica questi corsi sono rivolti ai partner che fanno di Fujitsu il loro brand investendo tempo e risorse.

Come accennato, presso i distributori sono state create business unit dedicate, questo perché tutti i partner possano essere seguiti al meglio ed essere preparate tecnologicamente e commercialmente.

«Ovviamente, l'incisività è inferiore a quella che si raggiunge per gli Expert, già predisposti ad affrontare le tecnologie emergenti, ma è comunque un buon inizio per approcciare tematiche diverse e per astrarsi dal prodotto vero e proprio e per farli crescere», spiega la manager italiana.

# F5 rilascia servizi per la sicurezza delle applicazioni in ambienti multi-cloud

*BIG-IP Cloud Edition fornisce i servizi applicativi per l'implementazione, la gestione, l'orchestrazione e l'automazione delle applicazioni*

di Giuseppe Saccardi

Nel corso di un evento rivolto a clienti e partner tecnologici e di canale svoltosi a Milano, F5 Networks ha presentato BIG-IP Cloud Edition, una soluzione che ha l'obiettivo di consentire alle aziende di implementare rapidamente servizi applicativi critici e indipendentemente dall'ambiente.

BIG-IP Cloud Edition è offerto sotto forma di Application Delivery Controller (ADC) virtuale, per-app, che può applicare e automatizzare i servizi basati su policy nelle varie fasi del processo di sviluppo e produzione di una applicazione.

È un approccio, ha osservato **Maurizio Desiderio**, country manager per Italia e Malta di F5 Networks, che abilita una più facile integrazione con ambienti NetOps, DevOps e SecOps all'interno di un framework che permette di migliorare le performance, la disponibilità e la sicurezza delle applica-

zioni. Come piattaforma combina il portfolio di servizi applicativi di F5 con le capacità potenziate in termini di analitiche, visibilità e gestione di BIG-IQ. La soluzione, software-based, permette in sostanza di aggiungere agli esistenti servizi 'su misura', personalizzati per le applicazioni individuali, gli ambienti di cloud composito e per richieste specifiche degli utenti. Ad esempio, permette di implementare policy di Advanced Web Application Firewall per gestire minacce sofisticate alle applicazioni in modo coerente nei cloud pubblici e privati.

«Ben poco è cambiato in un anno nell'IT. Il focus rimane sempre sulla sicurezza e come garantirla. Ma quello che si conferma fondamentale è proteggere le applicazioni. E per farlo non basta più proteggere i confini fisici dell'IT ma bisogna partire dal contesto e operare

su una realtà virtuale che si estende sino al multi-cloud. E questo è proprio quello che le soluzioni di F-5 permettono di fare», ha commentato Desiderio.

Ampia la dotazione di funzioni di BIG-IP Cloud Edition. Tra queste:

- Servizi e protezione "software based" di classe enterprise.
- Servizi applicativi dedicati e su misura per app indipendentemente dall'ambiente.
- Catalogo self-service dei servizi applicativi per provisioning, configurazioni e aggiornamenti automatizzati.
- Visibilità per-app, analisi e scalabilità automatica.

Gestione semplificata e maggiore visibilità. Quello di rendere i servizi più accessibili per le applicazioni è solo uno degli obiettivi di BIG-IP Cloud Edition. Altre a questo, ha spiegato la società, la possibilità che fornisce di



*Maurizio Desiderio -  
F5 Networks*

implementare, aggiornare e automatizzare servizi collaudati di F5 su base per-app aiuta i NetOps a sostenere le priorità di business in cooperazione con i SecOps e i DevOps. In particolare, nel suo sviluppo attenzione è stata posta alle operazioni collaborative e al self-service da parte dei team di sviluppo delle app. Non ultimo, ha poi evidenziato l'azienda, dashboard dedicate forniscono visibilità, analisi e controlli per-app che semplificano le operazioni e migliorano la gestione e l'orchestrazione.

# Nel multcloud spazio per la crescita del canale

*Mike Bushong, Vice President, Enterprise and Cloud Marketing di Juniper Networks, spiega i vantaggi e i rischi per il canale del passaggio al cloud*

di Giuseppe Saccardi

Le imprese utilizzano una parte sempre più consistente della loro infrastruttura per il cloud e ciò cambierà le modalità di funzionamento dell'ecosistema di canale esistente.

Cambieranno infatti i fornitori di riferimento e cambieranno anche i rapporti di partnership. Evolverà, è prevedibile, anche la natura stessa dei prodotti e dei servizi che gli operatori di canale forniscono ai loro clienti.

Non va però nascosto, osserva **Mike Bushong**, Vice President, Enterprise and Cloud Marketing di Juniper Networks, che per molti operatori del mondo dei partner il passaggio al cloud e al multcloud rappresenta un rischio.

Per chi sarà veloce ad adattarsi, invece, rappresenta un cambiamento nel modo di organizzare e fruire dell'IT aziendale che può aprire nuove opportunità. Ma cosa do-

vrebbe fare un operatore di canale per coglierle? Vediamo cosa suggerisce Bushong.

Innanzitutto, osserva il manager, è fondamentale comprendere il significato di cloud e multcloud. La maggior parte delle persone probabilmente pensa subito ai grandi fornitori di servizi cloud come AWS e Microsoft, ma il passaggio al cloud non significa solamente avere applicazioni che girano su infrastrutture centralizzate.

La promessa del cloud è quella di fornire esperienze trasparenti e costanti. Alla base c'è la fondamentale idea che gli utenti non hanno bisogno di sapere (né de-

vono preoccuparsi) se un servizio viene erogato in AWS, Azure o in loco. E, affinché l'esperienza sia uniforme e i servizi ubiquitari, l'infrastruttura sottostante deve essere progettata per supportare un'esperienza costante indipendentemente da dove risiedono tanto l'utente

quanto i servizi.

Va poi considerato che per poter offrire le stesse esperienze, serve un software per la gestione delle policy e per il controllo.

L'entrata in gioco di un livello di orchestrazione rappresenta un ulteriore punto di ingresso per i partner che vogliono allargare la propria presenza presso i clienti che stanno passando al cloud.

Il fatto che questa nuova offerta sia basata su elementi software e sia a più alto margine, dovrebbe convincere i partner a esplorare il mondo del multcloud.

## Una competizione non centrata sui prodotti

Per quanto i prodotti siano il focus della maggior parte di quelli che pensano a come poter monetizzare il cloud e le sue varianti, la realtà è probabilmente un po' differente, ritiene non a torto Bushong.

Se la promessa del cloud è che l'infrastruttura sottostante sia fruibile indipendentemente da dove risiede, allora le componenti sottostanti, almeno nel lungo periodo, diventeranno qualcosa di intercambiabile.

Di base ciò significa che la forza del portfolio di un partner di canale non sarà fattore sufficiente a distinguersi dalla concorrenza. I dispositivi col



*Mike Bushong - Juniper Networks*

tempo tendono ad assomigliarsi sempre più e i prezzi di conseguenza a livellarsi: quindi anche i vantaggi in termini di prezzo derivanti dalla vendita a volume tenderanno a essere meno significativi. Ciò implica che anche i tradizionali vantaggi competitivi necessariamente evolveranno. Le quote di

mercato passeranno di mano, molte aziende diventeranno più piccole e alcune falliranno.

### Un nuovo approccio

Naturalmente, il passaggio dalla rivendita di prodotti alla vendita consulenziale di soluzioni non è facile. Richiede esperienza tecnica e destrezza

operativa. E ancor più critico per l'impegno richiesto significa penetrare nei processi di business anziché vendere a un centro di costo. Tutto questo comporta la necessità di interagire in modo diverso con i fornitori di tecnologia. La discussione deve in sostanza evolvere, suggerisce Bushong, da temi

quali velocità a temi operazionali e di conoscenza dei processi. Il rovescio della medaglia è che la transizione potrebbe essere complicata. L'aspetto positivo è che entrare nei processi delle aziende clienti crea una maggiore fedeltà rispetto al vendere solo componenti intercambiabili.

## STRATEGIE

# Il Qlik Partner Program si rinnova con l'offerta MSP

In occasione dell'annuale conferenza Connections dedicata a clienti e partner, Qlik, società specializzata in data analytics e business intelligence, ha annunciato i miglioramenti al proprio programma di canale, Qlik Partner Program (QPP), e i dettagli della nuova offerta per Managed Service Provider del mercato BI.

La società fa sapere di aver semplificato la struttura del programma e migliorato le opportunità di guadagno per aiutare i partner a guidare più facilmente la crescita attraverso l'intero portafoglio Qlik.

Il Qlik Partner Program, finora strutturato su tre livelli (Elite, Select e Au-

thorized), si sta spostando verso un modello basato sul valore, che include vantaggi e requisiti aziendali specifici per ogni livello. I partner hanno la possibilità di accedere a benefit specifici a seconda del livello e vengono premiati per identificare e aiutare a chiudere nuove opportunità Qlik, tramite la registrazione delle opportunità.

La novità più interessante del programma rinnovato è rappresentata dal lancio dell'offerta Managed Service Provider (MSP) per il mercato della BI.

I provider di servizi gestiti possono supportare i clienti non solo acquisendo, gestendo e mantenendo i dati in modo efficace,

ma anche analizzandoli per creare nuovi servizi e fonti di entrate. L'offerta MSP

di Qlik consente proprio ai partner di aiutare i clienti a prendere decisioni aziendali migliori, sfruttando quindi la capacità di innovazione e la competitività del cliente, e rafforzandone nel contempo la fedeltà.

La tecnologia di Qlik consente di trasformare dati complessi in informazioni chiare e fruibili per utenti diversificati, ottenendo, grazie al motore associativo, informazioni utili e approfondite sul business.

**Scott Barnes**, Managing Director di Deloitte Con-



sulting LLP ha dichiarato a riguardo: «Abbiamo sfruttato la piattaforma Qlik per costruire diverse applicazioni analitiche leader del settore su un'architettura di nuova generazione che fornisce ai nostri clienti l'accesso ai loro dati ovunque siano. Questo ci dà l'opportunità di offrire le nostre soluzioni basate su Qlik come servizio in hosting, attraverso un modello di sottoscrizione flessibile e conveniente, corrispondente al modo in cui molti clienti scelgono oggi di acquistare».

## Arrow sigla con Tenable per ampliare il portfolio sicurezza



Il distributore di prodotti, servizi e soluzioni di componenti elettronici e soluzioni di enterprise computing, Arrow Electronics, ha concluso un nuovo accordo con Tenable, società specializzata nel comparto della cyber exposure, grazie al quale amplia l'offerta nel settore della cybersecurity nell'area EMEA. Nel 2017 Tenable ha introdotto sul mercato Tenable.io, una piattaforma di cyber exposure che permette la

visibilità dei vari asset su qualsiasi piattaforma informatica, inclusi i contesti cloud pubblici e le applicazioni sviluppate per la gestione delle vulnerabilità, i container security e la scansione delle applicazioni web.

Con Nessus, la soluzione di vulnerability assessment, Tenable aveva già contribuito alla definizione del mercato di vulnerability management. Oggi, l'azienda mette a disposizione una consolidata

esperienza nella gestione di asset, reti e vulnerabilità per creare soluzioni innovative, che consentano alle organizzazioni di misurare e gestire i rischi cyber.

Arrow offre al canale IT tecnologia, conoscenza approfondita, threat intelligence e un'ampia gamma di servizi a valore aggiunto. Team dedicati alla vendita, pre-vendita, servizi tecnici e marketing, consentono alla divisione security business di Arrow di andare

incontro alle esigenze e prospettive sia del canale sia degli utenti finali. **Nick Bannister**, Senior Director e Head of Networking and Security EMEA di Arrow, ha commentato la nuova partnership: "Tenable è un grande esempio tra i nuovi e dirompenti player nel settore sicurezza, che affronta le sfide dell'attuale mondo connesso con approcci e metodologie complete basate su visibilità totale e analisi approfondite dei dati."

## Bludis distribuisce le soluzioni di Arcserve

Bludis, distributore a valore presente da oltre 20 anni sul mercato italiano dell'ICT, ha siglato una nuova partnership con Arcserve per la diffusione sul territorio nazionale del portfolio di soluzioni per la protezione dei dati.

Il modello di vendita di Arcserve è totalmente indiretto e si avvale di distributori e rivenditori qualificati, con l'obiettivo di estendere la community sul territorio,

fornendo programmi a valore, formazione gratuita per la certificazione tecnica e commerciale, iniziative di marketing congiunte e supporto alle vendite locali.

La struttura commerciale di Bludis si pone a disposizione dei rivenditori, a partire dalla definizione della soluzione più adatta al cliente fino alle attività di post-vendita, con informazioni utili per l'offerta finale e per le trattative relative la

vendita dei servizi di assistenza.

Il distributore offre una struttura di assistenza tecnica dedicata, che va dai servizi di

pre-vendita, installazione e configurazione fino alle consulenze su progetti e integrazioni con prodotti di terze parti. Infine, dispone di aule multimediali dedicate alla formazione dei rivenditori e dei clienti finali,



cui si affiancano sessioni formative on-line e un ampio calendario di webinar. Arcserve, inoltre, sta mettendo a punto nuovi servizi professionali in Italia che, almeno inizialmente, saranno spinti principalmente dal canale distributivo.

# PR.ES. si proietta verso il futuro e diventa NovaNext

*Il system integrator si rinnova nel brand per seguire l'evoluzione verso la trasformazione digitale che sta coinvolgendo sia l'azienda sia il mercato*

di Paola Saccardi

Nasce nel 1988 il system integrator PR.ES. e da allora si occupa di progettare e realizzare soluzioni ICT in ambito networking, data center, security, collaboration, cloud e IoT a supporto del business. Ora, dopo trent'anni di attività, ha deciso di rinnovarsi e cambiare brand in NovaNext per riflettere anche nel nome l'evoluzione verso la trasformazione digitale, che sta riguardando sia la società stessa sia il mercato.

La scelta del nuovo nome (Nova dal latinum novum che significa 'innovazione') vuole essere un segnale del suo dinamismo e della proiezione verso il futuro, in linea con il claim "Connecting the Future" e con una visione italiana ma anche globale. Al tempo stesso, insieme alla proiezione verso nuove frontiere dell'innovazione la società ci tiene a far presente che qualcosa rimane invariato,

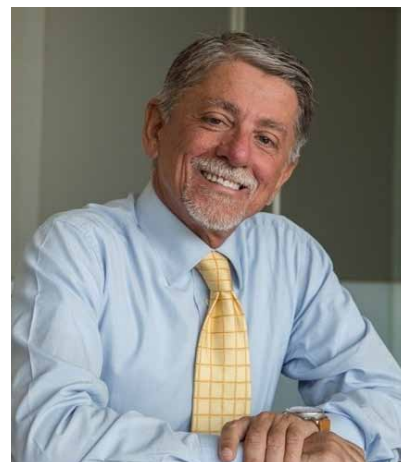
ossia i valori, le persone, il management e la proprietà dell'azienda. NovaNext ha infatti realizzato una crescita costante, solida e sostenibile, raggiungendo nel 2017 un fatturato di oltre 29 milioni di euro e crescendo di oltre il 60% negli ultimi 5 anni. Anche rispetto all'organico, la crescita è confermata dagli oltre 120 dipendenti, di cui più della metà è rappresentato da personale tecnico altamente specializzato.

«Cambiamo nome e logo, ma manteniamo i nostri valori e la nostra mission di azienda che connette le organizzazioni e i professionisti dell'ICT al futuro. Traduciamo i trend e le innovazioni tecnologiche in soluzioni innovative, che mettono al centro il cliente e i suoi obiettivi di business» ha commentato **Giovanni De Giovanni**, Amministratore Delegato di NovaNext e fondatore di PR.ES. NovaNext si

pone nei confronti dei propri clienti come un acceleratore di crescita del business grazie alla progettazione di soluzioni e servizi di ultima generazione: dalle innovative soluzioni di system integration, supportate da partnership con importanti vendor ICT, a un'ampia offerta di servizi gestiti, erogati dagli specialisti dell'Operations Center.

Inoltre, l'azienda vuole essere essa stessa promotrice dell'utilizzo di tecnologie innovative, per questo motivo è la prima ad adottarle al suo interno e testarne i vantaggi: dall'iperconvergenza alle più avanzate soluzioni di collaboration, così da creare un nuovo modo di lavorare e offrire a dipendenti e clienti le massime performance e un digital workspace.

Oltre a offrire soluzioni per il business la società si posiziona anche come



*Giovanni De Giovanni - NovaNext*

centro di formazione con un'offerta di corsi ufficiali e certificati dei principali vendor, quali per esempio Cisco (di cui NovaNext è l'unico Gold Partner ad essere anche Learning Specialized Partner), Oracle, Microsoft e IBM. I corsi sono tenuti dagli stessi esperti che progettano e implementano le soluzioni tecnologiche nelle aziende, così che possano portare in aula la propria esperienza diretta e maturata sul campo. In aggiunta alla formazione tecnica, sono disponibili anche corsi linguistici e quelli dedicati alle soft skills, competenze sempre più importanti anche per i professionisti dell'ICT.

# Attiva Evolution dà appuntamento in 3 città italiane

**attiva**  
evolution

be the change ON THE ROAD 2018

Attiva Evolution, distributore di prodotti informatici con sede a Vicenza, dà il via all'evento 'Attiva Evolution|be the change (on the road 2018)' che prevede una serie di appuntamenti gratuiti con lo scopo di creare non una semplice vetrina sulle tecnologie all'avanguardia, ma un'occasione di confronto e di dibattito sui temi attuali dell'IT, con il diretto coinvolgimento di primari ed emergenti attori del settore. Le tre

prime tappe annunciate sono previste a **Milano** (il 22 maggio), **Roma** (il 5 giugno) e a **Mestre** (il 12 giugno).

**Lorenzo Zanotto**, b.u. Sales Manager ha dichiarato: «Era da lungo tempo che pensavamo di organizzare un evento totalmente nostro. Crediamo che il momento sia maturo per intraprendere un percorso alternativo. L'obiettivo primario non è quello di mettere in mostra quello che facciamo,

ma come lo facciamo. Vogliamo riportare al centro dell'interesse una discussione costruttiva utile a tutti gli operatori del settore».

I temi attorno ai quali si svilupperanno i dibattiti previsti nel corso degli incontri partono da alcune domande che interessano il canale e le aziende: Quali sono i problemi concreti che le aziende italiane devono affrontare per avere infrastrutture

efficienti? Quanto peserà sul business la mancata o insufficiente cura dei dati trattati? Quanto può cambiare il destino di un'impresa se colta impreparata davanti ad un attacco di cybercrime e alla perdita delle informazioni? Quanto determinate procedure possono avere un impatto negativo sulla crescita del proprio fatturato? E così via.

Per l'iscrizione è disponibile il [link](#).

## TURNOVER

### MAURIZIO ROTA ALLA GUIDA DEL GRUPPO ESPRINET

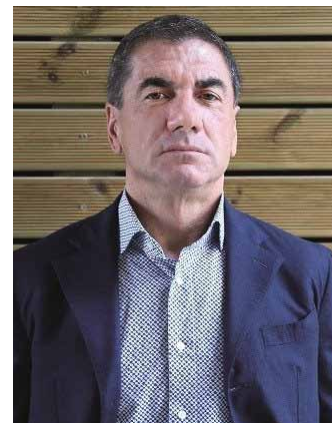
Maurizio Rota è stato nominato Presidente del Gruppo Esprinet, il distributore di informatica ed elettronica di consumo attivo in Italia e in Spagna, e succede a Francesco Monti, che è stato a capo del Gruppo fin dalla sua formazione. La società, da 3,2 miliardi di euro, si classifica tra i primi 50 gruppi industriali italiani per fatturato e tra le prime 100 aziende in Italia per capitalizzazione

di borsa. Esprinet conta oggi 1.247 collaboratori tra Italia e Spagna, con un portafoglio di circa 700 marchi commercializzati e oltre 57.000 prodotti. Rota arriva in Esprinet nel 2000, quando nasce la società a seguito della fusione di Celso, Micromax e Compref, assumendo il ruolo di Consigliere Delegato e poi di Vice Presidente e Amministratore Delegato. Precedentemente si era occupato di guidare Micromax, società da lui stesso fondata nel 1986, di cui è stato Presidente. Fino al 1999 si è occupato dello sviluppo

e del consolidamento della società, curando in particolare i rapporti con i principali produttori e contribuendo in maniera decisiva alla realizzazione delle strategie commerciali dell'azienda.

Il nuovo Presidente del Gruppo Esprinet ha commentato la nomina con queste parole: «Sono molto orgoglioso di assumere questo incarico in Esprinet, che ho visto crescere negli anni fino a diventare il primo distributore in Italia e in Spagna, tra i primi quattro in Europa. Sono certo che, grazie alla forza di un team sempre alla

ricerca dell'eccellenza e costantemente orientato al risultato, continueremo a crescere, affrontando ogni sfida stando sempre concentrati sul nostro obiettivo: essere il migliore distributore di tecnologia sul mercato».



## TURNOVER

### NUOVA NOMINA PER LA GUIDA DEL CANALE MONDIALE DI COMMVAULT

Commvault, specializzata nella protezione dei dati e nella gestione delle informazioni, ha nominato **Scott Strubel** vice president of worldwide channels, con la responsabilità di guidare l'ecosistema globale dei rivenditori e distributori. Il manager avrà il compito di creare programmi innovativi che aiutino i partner di canale



a differenziare l'offerta di soluzioni Commvault sul mercato e a garantire valore ai loro clienti, supportando allo stesso tempo la crescita dell'azienda. Strubel ha alle spalle una consolidata esperienza nella guida delle vendite e delle relazioni con i partner in aziende del mondo IT. Di recente, è stato vice president of the Americas Partner Organization di NetApp, con la responsabilità delle vendite sul

canale indiretto, delle attività con i partner e delle operazioni di inside sales e demand generation dell'organizzazione Americas Virtual Sales. Strubel ha ricoperto anche ruoli dirigenziali nelle vendite e nel canale in HP, partecipando al lancio di HP Software. «Le strategie di vendita di Commvault con i partner di canale hanno sempre avuto grande successo e desidero proseguire su questa linea, accelerandone lo sviluppo» ha commentato Strubel.

## TURNOVER

### EXCLUSIVE GROUP NOMINA IL NUOVO VP GLOBAL OPERATIONS

Exclusive Group, il distributore di servizi e tecnologie a valore aggiunto (VAST), ha deciso di potenziare le Global Operations attraverso la nomina di **Philippe Carlier** nel ruolo di VP Global Operations. Il manager, specialista della supply chain a livello internazionale, si unisce al team per costruire la strategia



operativa e la piattaforma per il business di Exclusive Group. Carlier, nel nuovo ruolo, ha il compito di guidare un team globale dedicato, il cui obiettivo è quello di apportare nuove efficienze e miglioramenti attraverso l'erogazione di servizi a valore aggiunto innovativi e della distribuzione 'classica'. Il manager vanta oltre 25 anni di esperienza manageriale nel settore della distribuzione IT, con un curriculum comprovato di successi in area EMEA, in Nord America ed in generale a livello internazionale. Arriva da Westcon-Comstor, dove ricopriva la posizione di Director of Global Supply Chain Services. In precedenza, ha ricoperto ruoli strategici a livello senior per Ingram Micro e US Robotics.

## TURNOVER

### PIERGIORGIO VITTORI ALLA GUIDA DI SPITCH ITALY

Spitch, società internazionale di consulenza specializzata in tecnologie vocali e analisi del linguaggio parlato, ha affidato la guida della filiale italiana a **Piergiorgio Vittori** che coordinerà le attività di sviluppo strategico dell'azienda sul territorio, mirando al consolidamento e all'espansione,



in particolare nei settori assicurazioni, banche, Sanità, call/contact center e TLC. Vittori è entrato a far parte di Spitch a fine 2017 dopo più di 20 anni di esperienza manageriale in aziende tecnologiche internazionali, con l'incarico di supportare i team locali nelle aree marketing, business development, commerciale, acquisizione e relazione clienti, nonché sviluppo e personalizzazione del prodotto. Il manager ha iniziato la propria carriera professionale in Ericsson, dividendosi tra Italia, Svizzera e Svezia. In seguito, si appassiona e si specializza nel settore delle tecnologie vocali, lavorando prima per Loquendo, come responsabile vendita North & Latin America, e proseguendo come Strategic Global Alliance Manager in Nuance, in seguito all'acquisizione di Loquendo da parte di quest'ultima nel 2011. Si unisce poi a Verbio, per cui cura l'apertura del mercato in Centro America ed il consolidamento negli USA.