

REPORTEC E IDC: ACCORDO EDITORIALE PER SUPPORTARE LA TRASFORMAZIONE DEL CANALE ICT

Una partnership finalizzata a supportare le aziende del canale ICT ad affrontare la decisiva fase di trasformazione nella fruizione dell'ICT. *a pag. 05*



OKI INAUGURA LA NUOVA SEDE E PUNTA ALLA CRESCITA NEI SETTORI EMERGENTI

La recentemente rinnovata compagine di business manager europei sposta gli uffici e, ai partner intervenuti all'inaugurazione, ribadisce l'impegno nello sviluppo delle aree di business emergenti e il crescente supporto per l'Italia: « Oki Europe ha una grande considerazione per il mercato italiano e non mi riferisco solo all'impareggiabile senso per lo stile, ab-



biamo, infatti, una lunga relazione con i clienti e i partner italiani e siamo orgogliosi di prolungare questa lunga storia di success», afferma Dennie Kawahara, EMEA Managing Director, sottolineando il suo apprezzamento verso il nostro Paese con una gestualità poco nipponica e sufficientemente convincente. *a pag. 03*

IN CRESCITA IL MERCATO DIGITALE IN ITALIA

Il mercato digitale italiano è cresciuto del 2,3% nel 2017 secondo i dati riportati da Anitec-Assinform. Ma serve ancora impegno per colmare il gap del Paese. *a pag. 08*



SOMMARIO

La sicurezza della Unified Communication inizia dal telefono IP *pag.06*

Rete efficiente? Per garantirlo monitorare la qualità della fibra *pag.07*

CA Technologies si affida al distributore V-Valley *pag.09*

Nuove acquisizioni di Zucchetti in Spagna e Germania *pag.09*

Kyocera sceglie Xpres per migliorare la logistica *pag.10*

Demo e test online disponibili per i partner di Trend Micro *pag.10*

Tech Data sigla con Everynet per la connettività IoT *pag.11*

Arrow Electronics premiata da Riverbed per l'EMEA *pag.11*

Syneto ascolta i clienti e aggiorna HYPERSeries *pag.11*

Partners Flip
anno VII - numero 226 - 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

Oki inaugura la nuova sede e punta alla crescita nei settori emergenti

L'head quarter Europeo si centralizza a Milano fiori Assago offrendo più servizi ai partner con un nuovo show room

di Gaetano Di Blasio

La recentemente rinnovata compagine di business manager europei sposta gli uffici e, ai partner intervenuti all'inaugurazione, ribadisce l'impegno nello sviluppo delle aree di business emergenti e il crescente supporto per l'Italia: «Oki Europe ha una grande considerazione per il mercato italiano e non mi riferisco solo all'impareggiabile senso per lo stile, abbiamo, infatti, una lunga relazione con i clienti e i partner italiani e siamo orgogliosi di prolungare questa lunga storia di success», afferma **Dennie Kawahara**, EMEA Managing Director, sottolineando il suo apprezzamento verso il nostro Paese con una gestualità poco nipponica e sufficientemente convincente (anche se deve lavorarci ancora un po'). Una conferma del buon clima in azienda è la soddisfazione dei dipendenti

che per la maggior parte ha una lunga "militanza" in Oki.

Il primo riconoscimento da parte del manager giapponese è per il design italiano, cui Kawahara attribuisce il merito di uno sviluppo «rigoglioso del settore Graphic Arts, che si adatta alle esigenze di ogni settore, dall'artigianato, che confeziona le proprie opere con eleganti stampe per etichette, al medicale, il retail e altri ancora».

L'attenzione ai settori verticali

Proprio l'attenzione ai settori verticali è una tra le chiavi del successo di Oki, sottolinea il responsabile Emea: «Abbiamo lavorato duramente con i nostri partner specializzati affinando un approccio con-

sulenziale, per accrescere le loro sulle competenze nell'affrontare le specifiche problematiche settoriali» evidenzia Kawahara insieme a **Massimiliano Tedeschi**, Sales & Marketing EMEA VP, Office Print/Industry Vertical BU. Per esempio, nel retail, storicamente si stampa in negozio la cartellonistica, mentre si centralizza in sede la stampa delle etichette, che poi devono essere distribuite. Oggi è possibile, spiega Tedeschi, stampare on demand le etichette in negozio,



Dennie Kawahara - Oki Europe

con un risparmio di tempo e denaro e aumentando la produttività, grazie alle nuove serie di dispositivi office MC800 e C800.

Un altro esempio importante è quello delle stampanti per il mondo della sanità DICOM-embedded A4 e A3 LED medical printer, che consentono di stampare direttamente dai dispositivi medici, potendo fornire referti in tempo reale al paziente. La capacità di sviluppare soluzioni innovative che rispondono alle esigenze delle imprese, evidenzia Kawahara, è testimoniata dai numerosi premi (oltre cento nell'ultimo anno) assegnati a Oki da testate giornalistiche, associazioni di consumatori, analisti di mercato e così via.

Fra i tanti, il management di Oki segnala la vittoria assegnata alla ColorPainter M-64s inkjet printer nella categoria "Enhanced" CMYK grandi formati del prestigioso Keypoint Intelligence Buyer's Lab Award. Si tratta di un premio che prevede un lungo e dettagliato esame.

Anche per questo Oki intende espandere la presenza nel mercato professional, compresa lagraphic arts, sfruttando un portfolio accresciuto che combina la tecnologia digital LED con white, neon e clear toner, oltre al tradizionale CMYK.

In particolare, la serie Pro9000 Series Envelope Print System «è un grande



esempio dei nostri continui investimenti per questo mercato», afferma Kawahara, aggiungendo che con la tecnologia a 5 colori è possibile stampare buste per realizzare campagne postali altamente personalizzate da pochi pezzi a volumi per grossi direct mailer.

Sono solo alcuni esempi delle novità che saranno rilasciate nei prossimi mesi nell'ambito delle label printer e delle soluzioni per l'ufficio, multifunzioni comprese.

Il rapporto con il canale

I propositi di crescita si basano necessariamente sui partner del canale di vendita indiretto.

A loro è dedicato il pro-

gramma Shinrai Partner Programme. Shinrai è un termine giapponese che significa "fiducia e fedeltà" e rappresenta la filosofia sulla quale fondiamo il modo di lavorare con i nostri partner, spiega Tedeschi. Un terzo vocabolo, successo, completa la definizione del programma. L'aspetto più importante è, ancora una volta, la specializzazione verticale dei partner.

La nuova sede e la nuova organizzazione portano ulteriori vantaggi al canale, a cominciare dal nuovo show room, che «finalmente offre ai partner lo spazio necessario per mostrare la tecnologia ai clienti e farla toccare con mano», dichiara con soddisfazione **Romano**



Romano Zanon - Oki Europe

Zanon, General Manager South Regional Marketing di Oki.

Inoltre l'apertura dei nuovi uffici ha permesso di mettere ordine tra i branch office, centralizzando alcune "country di confine" e semplificando la struttura europea, ora in unica entità.

REPORTEC E IDC: ACCORDO EDITORIALE PER SUPPORTARE LA TRASFORMAZIONE DEL CANALE ICT

Reportec e IDC annunciano una partnership finalizzata a supportare le aziende del canale ICT ad affrontare la decisiva fase di trasformazione che il cloud, la consumerization, lo sviluppo delle tecnologie digitali emergenti e, più in generale, la modificata modalità di fruizione dell'ICT impongono.

Con la nascita del cloud e la successiva affermazione della Terza Piattaforma, il mercato dell'Information e Communication Technology ha visto modificare le dinamiche commerciali e i rapporti tra domanda e offerta, con enfasi crescente sul fronte dei servizi che arrivano a toccare direttamente il core business delle imprese utenti finali.

Queste ultime hanno sempre più bisogno di veri e propri partner e non semplici fornitori. Un progetto digitale innovativo è spesso un terreno inesplorato e il rapporto cliente-fornitore deve evolvere in

una relazione che supera il concetto di fiducia arrivando alla condivisione del rischio.

La partnership tra IDC e Reportec prevede una collaborazione editoriale con la rivista Partners, che ospiterà una rubrica fissa a cura degli analisti e consulenti di IDC Italia: "Transform 2 Succeed. Trend e best practice per la trasformazione dell'ecosistema dei partner."

Con un taglio consulenziale, la nuova rubrica, valorizzando le capacità del team di analisti IDC nel cogliere l'impatto dei fenomeni evolutivi del mercato, metterà a disposizione dei lettori di Partners (distributori, SI, VAR, reseller, VAD, MSP ecc.) elementi chiave per lo sviluppo delle strategie aziendali. Più precisamente, fornirà loro indicazioni e linee guida utili al proprio posizionamento competitivo e li supporterà nel processo di trasformazione del canale.



Oltre ai contenuti editoriali, la partnership prevede anche un'attività IDC di supporto e formazione diretta alle aziende del canale.

Fondata nel 1964, IDC (International Data Corporation) è la prima società mondiale specializzata in ricerche di mercato, servizi di consulenza e organizzazione di eventi nei settori dell'ICT e dell'innovazione digitale. Oltre 1.100 analisti a copertura di 110 Paesi del mondo mettono a disposizione a livello globale, regionale e locale la loro esperienza e capacità per assistere il

mercato della domanda e dell'offerta nella definizione delle proprie strategie tecnologiche e di business a supporto della competitività e crescita aziendale. In Italia, IDC è presente direttamente da oltre 30 anni.

Fondata nel 2002, Reportec s.r.l. è una casa editrice specializzata nel settore dell'Information e Communication Technology (ICT), che pubblica riviste e contenuti Web indirizzati ai manager delle imprese che utilizzano le tecnologie digitali e agli addetti ai lavori nelle imprese del settore ICT.

La sicurezza della Unified Communication inizia dal telefono IP

Quando si valuta l'implementazione di una nuova piattaforma per le UC va valutato il livello di sicurezza garantito sia dalla soluzione che dai terminali IP

di Giuseppe Saccardi

Nelle aziende l'adozione di una piattaforma di Unified Communication (UC) integrata con l'infrastruttura IP e le applicazioni di rete deve oramai necessariamente affrontare una ulteriore sfida: tutelare le conversazioni interne e esterne contro eventuali intercettazioni e proteggere lo scambio di dati tra la soluzione UC, i terminali e le applicazioni condivise, come i CRM.

Rispetto al passato, dove soluzioni proprietarie rendevano pressoché impossibile qualsiasi infiltrazione nei PABX, oggi i criminali cibernetici si trovano la strada facilitata dalla tecnologia, possono sedere al proprio PC e con appositi strumenti accedere via internet ai sistemi VoIP, intercettare le chiamate e procacciarsi dati e/o informazioni che andrebbero protette.

Va pur detto che nel passato bastava individuare all'angolo di strada l'ar-

radio delle terminazioni derivate di un palazzo e collegarsi al doppino, e che farlo oggi col pc è più pratico, meno osservabile ma che qualche complessità in più pur prevede.

È tuttavia un rischio noto agli operatori e ai vendor di soluzioni e terminali IP, che hanno sviluppato adeguate contromisure, anche se non tutte allo stesso livello. Questa differenza, suggerisce Snom, al fine di beneficiare di soluzioni all'avanguardia senza scendere a compromessi con la sicurezza delle conversazioni, deve far soppesare il livello e la metodologia di protezione offerti dalla piattaforma UC e supportati dai terminali anche in base al costo e al concreto beneficio in termini di utilizzo.

Snom, produttore berlinese di telefoni IP da tavolo, cordless e da conferenza, ha identificato in proposito tre criteri discriminanti che un team aziendale dovrebbe

esaminare prima di procedere all'adozione di una nuova soluzione completa per la telefonia via IP. Vediamoli in sintesi

Sicurezza della configurazione automatica dei terminali

Un primo punto chiave è il "provisioning automatico", ossia il processo che consente alla soluzione di UC di distribuire con un click la configurazione e i parametri utente impostati ai più diversi terminali, un processo che deve essere sicuro e protetto.

Durante il processo dati particolarmente sensibili vengono trasmessi attraverso un protocollo di trasporto sicuro (TLS/SSL). Ma questo può non bastare per proteggersi da attacchi del tipo "man in the middle". Per farlo, questo richiede che la soluzione UC e il terminale



si scambino un certificato atto a garantire una corretta autenticazione del dispositivo nei confronti del server di telefonia. È implicito che se il server UC dispone della funzione ma il terminale IP non le supporta, la comunicazione non risulta protetta.

Allo stesso tempo, osserva SNOM, è necessario che la trasmissione dei dati di utente dal centralino IP al terminale non sia intercettabile e/o che i dati non siano leggibili in chiaro. In caso contrario persone non autorizzate possono eventualmente accedervi e utilizzare i dati per l'autenticazione dell'utente per effettuare chiamate a carico dell'azienda. Una soluzione può consistere nell'autorizzare esclusiva-

mente l'accesso di terminali IP alla rete previa autenticazione quale client.

La password: meglio se a due fattori

Quanto discusso nel paragrafo precedente si basa su un assunto: che l'accesso al terminale sia protetto tramite una password robusta, che non necessariamente deve essere nota all'intero staff. Ciò implica che si debba valutare quali addetti possono avere accesso a quale telefono IP e se l'accesso debba essere granulare o meno (utente/admin).

Si deve però stare attenti a non eccedere. Come in una gaussiana, passato il picco si rischia di far decadere la sicurezza rapidamente. Una regolamentazione complessa delle password abbinata alla necessità di modificarle dopo un certo lasso di tempo non fa altro che favorire il classico post-it attaccato al monitor o alla testiera. Una pratica i cui rischi si possono prevenire se la piattaforma UC, il terminale IP e ovviamente l'utente supportano una autenticazione a due fattori (p.es. password e codice inviato tramite SMS) o un accesso unico valido per tutti i servizi.

La cifratura: puntare su VPN e MPLS

Un aspetto chiave della sicurezza è la cifratura, che andrebbe applicata in modo esteso, a partire dall'invio di segnali tra le diverse connessioni e al trasferimento di dati vocali. Un elemento è però imperativo, osserva con ottimo buon senso pratico del tutto condivisibile Snom, affinché l'altro funzioni: chiudere una porta non previene l'accesso indesiderato se la chiave è sotto lo zerbino.

Va però osservato che una cifratura totale di un sistema UC end to end che coinvolga le connessioni, i terminali e le applicazioni è più o meno inesistente nella telefonia business e il motivo risiede nel fatto che da un lato vi è l'obbligo di consentire eventuali intercettazioni su richiesta di un giudice, dall'altro vi è l'elevata complessità tecnica legata all'impiego di un sistema di cifratura "end-to-end".

In sostanza, se è richiesto un alto livello di sicurezza, spiega Snom, l'unico modo è implementare una VPN come è possibile con i telefoni IP Snom o una rete MPLS.

RETE EFFICIENTE? PER GARANTIRLO MONITORARE LA QUALITÀ DELLA FIBRA

La diffusione della fibra ottica ha fatto emergere il problema di come controllarne l'efficienza. La fibra è ormai un asset strategico e in quanto tale va sfruttata al massimo. Trasporta un ammontare notevole di dati, che nel caso di operatori significano profitti, ma che anche in caso di rete privata a livello di campus o di impianto produttivo acquistano valore se scambiati e trattati in modo efficiente.

Quando una fibra ottica si guasta o non funziona con le caratteristiche ottimali la rapidità di intervento del personale deve essere immediata ma non sempre sono disponibili le informazioni che permettono di individuare rapidamente dove sta il problema e porvi rimedio.

Una risposta al problema l'ha individuata CIE Telematica, che ha messo nel suo portfolio ALM, una soluzione sviluppata da ADVA, società specializzata nelle infrastrutture in fibra ottica e nella loro gestione.

La soluzione, ha spiegato CIE, raccoglie informazioni sul funzionamento della fibra ottica in tempo reale e proattivo inerenti la sua integrità. Il risultato dell'analisi che conduce con continuità è che diventa possibile comprimere il ciclo di intervento per riparare eventuali guasti ed abilitare un servizio agnostico per quanto concerne la demarcazione di una rete e delle relative competenze. Tra le funzioni che semplificano la gestione e velocizzano gli interventi vi è:

- Monitoraggio per individuare se un guasto è dovuto alla rete in fibra o ai dispositivi attivi.
- Rilevamento di un degrado in corso della qualità della fibra.
- Monitoraggio non intrusivo relativo ai punti di demarcazione con qualsiasi protocollo dati di utente e per qualsiasi sistema di trasmissione multi-wave.
- Integrazione delle funzioni di gestione con sistemi GIS per la gestione della topologia di rete geografica in modo da poter localizzare rapidamente il punto di un guasto. La gestione supporta il protocollo SNMP.

In crescita il mercato digitale in Italia

Il mercato digitale italiano è cresciuto del 2,3% nel 2017 secondo i dati riportati da Anitec-Assinform. Ma serve ancora impegno per colmare il gap del Paese

a cura della redazione

Sono buoni i segnali che arrivano dall'ultima analisi diffusa da Anitec-Assinform (Associazione Italiana per l'ICT, aderente a Confindustria e socio fondatore della Federazione Confindustria Digitale) per il mercato digitale italiano. Dopo anni di crisi si vedono finalmente alcuni segnali di ripresa di cui non ci si può accontentare ma che almeno fanno sperare.

Secondo i dati riportati dall'associazione nel 2017, il mercato digitale italiano è cresciuto del 2,3% (68.722 milioni di euro) e lascia intravedere ancora una direzione di crescita per i prossimi anni: 2,6% per il 2018, 2,8% per il 2019, 3,1% per il 2020.

Marco Gay, presidente di Anitec-Assinform, ha dichiarato: «È cresciuta la sensibilità all'innovazione digitale. Bene Industria 4.0 e le componenti più innovative. Ma c'è ancora

da fare per una rimonta di sistema sui competitor dei mercati mondiali. Ci vuole più impegno nella creazione di nuove competenze, nel coinvolgimento della piccola impresa, verso le start-up tecnologiche, nello sviluppo delle infrastrutture ICT più evolute».

Il gap digitale accumulato in passato ci costringe, in pratica, a procedere a passo ancora più sostenuto, con un'accelerazione sulle politiche già avviate per l'innovazione, per l'ammmodernamento della pubblica amministrazione, così come l'inclusione digitale delle piccole imprese e dei territori, la diffusione delle competenze professionali.

«I segnali sono buoni, ma bisogna dare ad essi continuità, guardando al futuro e ai ritardi da recuperare, con una programmazione tempestiva, incoraggiando le spinte più innovative verso la piena adozione delle soluzioni digitali abi-



litanti» ha rimarcato il presidente. E infatti, crescono non solo i contenuti e pubblicità digitale (+7,7%) ma anche i servizi ICT (+4%), il software e le soluzioni (+5,9%), mentre i dispositivi e sistemi e le infrastrutture immateriali resistono nonostante il calo costante dei prezzi unitari.

Ci sono poi i comparti dei cosiddetti *digital enabler*, ossia le componenti più innovative, come il **cloud** che cresce a tassi del 23,3%, l'**IoT** del 17,4%, il **mobile business** dell'11,9%, le **soluzioni per la sicurezza** del 10,8%.

I dati del mercato

I dati sul mercato digitale a livello complessivo indicano nel 2017 una crescita del 2,3% (a 68.722 milioni di euro), alla quale hanno contribuito tutti i macro-comparti, fatta eccezione

per le infrastrutture immateriali, che però hanno tenuto a 22.346 milioni (-0,1%), arrestando un calo che durava da anni.

I **servizi ICT** hanno raggiunto 11.056,8 milioni (+4%), il **software e le soluzioni ICT** 6.626,1 milioni (+5,9%), i **dispositivi e sistemi** 18.332,7 milioni (+0,2%), i **contenuti digitali e digital advertising** 10.360,3 milioni (+7,7%). In definitiva gli andamenti dei diversi segmenti hanno confermato ancora il rallentamento delle componenti più tradizionali e il dinamismo di quelle più legate alla trasformazione digitale dei modelli produttivi e di servizio. I macro-comparti del Software e Soluzioni ICT e dei servizi ICT sono quelli che più hanno animato la trasformazione in atto, beneficiandone.

CA Technologies si affida al distributore V-Valley

V-Valley (v-valley.com), il distributore a valore aggiunto del Gruppo Esprinet, ha annunciato di aver esteso la partnership con CA technologies per ampliare la rete di business e raggiungere con maggiore capillarità le aziende italiane.

V-Valley distribuisce le soluzioni di CA Technologies con un particolare focus sulla sicurezza, che rappresenta una fondamentale area di investimento sia per V-Valley sia per CA

Technologies. In termini di prodotti, questo significa una focalizzazione sulle soluzioni di Privileged Access Management e API Management, che vanno ad integrare ulteriormente l'offerta del distributore. Per sviluppare la partnership con CA, V-Valley mette a disposizione un team di risorse specializzate e dedicate alle tecnologie di security.

Le due società prevedono iniziative sviluppate in collaborazione in partico-

lare nell'area marketing, nella quale nel 2018 sono in programma webinar congiunti sui temi tecnologici più interessanti del momento, alcuni eventi e tavole rotonde sul territorio, ma anche corsi di formazione per consolidare le competenze necessarie per diventare il riferimento in ambito security per le aziende clienti.

«L'estensione dell'accordo con CA rappresenta per V-Valley l'opportunità di confermare in modo si-



gnificativo la sua presenza nel mercato della ICT Security, ambito in cui il Gruppo Esprinet sta puntando molto - ha commentato Luca Casini, Direttore Commerciale di V-Valley -. Non possiamo che essere contenti di questa partnership e di poter continuare ad accompagnare i nostri rivenditori nel processo verso la Digital Transformation con tecnologie sempre al top di gamma».

STRATEGIE

Nuove acquisizioni di Zucchetti in Spagna e Germania

Zucchetti si espande nell'ERP con due nuove acquisizioni di società estere che si occupano di software gestionale. La società tedesca ReWa Soft, situata nei pressi di Saarbrücken e specializzata in soluzioni ERP, piattaforme e-commerce e software POS per aziende del commercio all'ingrosso e retail, e la spagnola IDS, con sede a Bilbao e un business focalizzato sul software ERP e su applicazioni e servizi

per la gestione aziendale (CRM, portali aziendali, controllo di gestione e così via). L'operazione fa parte della strategia della software house italiana che vuole accrescere la propria presenza all'estero con investimenti importanti.

Dirk Schwindling, amministratore di Zucchetti GmbH, ha sottolineato la valenza strategica dell'acquisizione di ReWa Soft: «Il nostro obiettivo è costruire un'offerta di soluzioni

IT per il mercato tedesco che sia completa dal punto di vista funzionale ed eccellente dal punto di vista della qualità. Per ottenere questo risultato abbiamo deciso di unire ai prodotti sviluppati internamente i best-of-breed dei produttori di software per i mercati verticali. L'operazione consentirà a Zucchetti GmbH di consolidare ulteriormente la propria offerta di soluzioni tecnologiche per il mercato tedesco dato che

ReWa Soft vanta più di 400 installazioni tra Austria, Germania e Svizzera e che il marchio è sinonimo di qualità da oltre quarant'anni». Per quanto riguarda l'acquisizione di IDS, **Enrico Itri**, international chief operating officer di Zucchetti, ha confermato l'intenzione del gruppo di continuare a implementare la gamma di soluzioni e servizi destinati al mercato estero, anche mediante acquisizioni strategiche.

Kyocera sceglie Xpres per migliorare la logistica

La logistica rappresenta un tassello importante nella gestione dei processi e nella ricerca di soddisfazione del cliente. Per questo Xpres, società specializzata nella distribuzione di prodotti e soluzioni nei settori ICT, elettronica di consumo e office in ambito corporate, è impegnata nell'offrire alla rete di dealer la propria esperienza e capacità di organizzazione per aiutarli a migliorarne l'efficienza. Di recente

Xpres è stata selezionata tra le quattro realtà italiane scelte da Kyocera per offrire condizioni particolari alla propria rete e ai propri partner per la gestione logistica di toner di stampanti e multifunzioni. L'accordo si inserisce all'interno del nuovo programma OVAL, promosso da Kyocera, che prevede benefici economici e servizi di consegna rapida per l'acquisto di consumabili a quantità multiple (master

carton), consentendo ai dealer di risparmiare in termini di costi e di tempo senza tralasciare la sostenibilità ambientale, grazie all'ottimizzazione della quantità di imballaggio. Mentre per acquisti di quantità inferiore Kyocera prevede un supplemento di spesa per la consegna rapida. Grazie a questo accordo con Kyocera, Xpres può offrire ai propri dealer lo stesso servizio, anche per



quantità inferiori, senza alcun aggravio di costi e con un vantaggio logistico. «Siamo orgogliosi di poter fornire servizi ai nostri dealer - spiega Valentino Buccella, direttore commerciale di Xpres - Questo nuovo progetto di Kyocera, che partirà da luglio, sarà un valido aiuto per lo sviluppo della nostra rete vendita».



Demo e test online disponibili per i partner di Trend Micro

Trend Micro, società specializzata in soluzioni di cybersecurity, ha annunciato il nuovo servizio online gratuito Product Cloud, che consente ai partner di testare le soluzioni. Nel dettaglio, il servizio offre due funzioni principali: 'Instant Demo' che consente di disporre di una demo istantanea e online delle soluzioni e 'Product Trial', che permette di testare i prodotti direttamente online. In pratica i partner di

Trend Micro potranno d'ora in avanti mostrare ai propri clienti, e far loro toccare con mano, le soluzioni di sicurezza IT del vendor. Inoltre l'utilizzo di Product Cloud è gratuito e disponibile 24 ore su 24. L'accesso online è disponibile tramite il Partner Portal di Trend Micro. Product Cloud offre una demo istantanea e online delle soluzioni più popolari e delle funzionalità, senza bisogno di alcuna installazione o download.

Gli ambienti demo sono già carichi di dati, in modo che i partner possano testare efficacemente i prodotti. È disponibile per 13 diversi prodotti Trend Micro, tra cui: Trend Micro Control Manager; Trend Micro Deep Discovery Analyzer; Trend Micro Deep Discovery Endpoint Sensor; Trend Micro Deep Discovery Inspector; Trend Micro Deep Security; Trend Micro Office Scan. Con Product Trial, i partner possono testare le

soluzioni Trend Micro direttamente online. Anche in questo caso non è necessario installare programmi. I partner possono anche invitare i propri clienti attraverso la piattaforma per un test e ricevere un feedback, al fine di consentire un follow-up mirato. Product Trial è disponibile per: Trend Micro Smart Protection Suite; Trend Micro Worry-Free Services; Trend Micro Worry-Free Standard.

ACCORDI

TECH DATA SIGLA CON EVERYNET PER LA CONNETTIVITÀ IOT

I distributore Tech Data ha annunciato un nuovo accordo con Everynet, società specializzata nella fornitura di servizi per la connettività LoRa-WAN (Long Range Wide Area Network). Questa tecnologia consente di connettere a Internet vari dispositivi senza l'utilizzo di connessioni 3G o WiFi, e di conseguenza senza la necessità di sottoscrivere un abbonamento con operatori mobili o sostenere i costi di installazione.

Tech Data Advanced Solutions, con la sua divisione IoT, si sta impegnando nel rendere più semplice l'adozione dell'Internet of Things ai propri partner facilitando la strada verso questa tecnologia con numerose opportunità, per questo è attenta all'integrazione di nuove tecnologie che possano abilitare soluzioni intelligenti e differenziate. «La partnership con Everynet testimonia la nostra mission - ha dichiarato **Giovanni Besozzi**, Leader della BU IoT di Tech Data Italia -. Quella di rendere semplice, economica e di veloce realizzazione la messa in esercizio di una soluzione IoT».

Everynet, si colloca tra i principali fornitori di servizi per la connettività basati su reti LoRaWAN e supporta la realizzazione di svariate applicazioni per l'IoT in ambiti quali le smart city, il tracking di asset di vario tipo, lo smart lighting, il monitoraggio infrastrutturale, così come applicazioni indoor negli ambiti della domotica, nonché lo smart metering e soluzioni per la sicurezza della persona.

PREMI

ARROW ELECTRONICS PREMIATA DA RIVERBED PER L'EMEA

Il distributore Arrow Electronics ha ricevuto il premio Riverbed Technology EMEA Distributor of the Year 2017 nel corso dell'evento Riverbed Partner Summit 2018, la conferenza annuale organizzata con i propri partner da Riverbed, che quest'anno si è tenuta ad Huntington Beach, in California. I Riverbed Partner Awards riconoscono i partner che si sono distinti per l'eccellenza nella customer delivery e per i risultati di business raggiunti. «Con questo premio, vogliamo ringraziare il distributore per i successi conseguiti e



confermiamo Arrow partner dell'anno di Riverbed, sicuri di poter proseguire insieme nel soddisfare le esigenze dei nostri clienti» ha commentato **Giovanni Di Filippo**, vice presidente Channel Sales per l'area EMEA di Riverbed. Arrow e Riverbed hanno in corso una collaborazione dal 2006 e come distributore globale, Arrow ha ottenuto i più alti livelli di certificazione per gli Stati Uniti, l'area EMEA e APAC, e il suo contratto di distribuzione con Riverbed include molti di questi paesi. «Siamo entusiasti del riconoscimento come miglior distributore dell'anno per l'area EMEA, ottenuto da parte di Riverbed - ha dichiarato **Alexis Brabant**, vice presidente Sales per il business delle soluzioni Enterprise Computing di Arrow dell'area EMEA -. Nell'ultimo anno, con Riverbed, abbiamo lavorato per offrire soluzioni che affrontassero la moltitudine di requisiti del cloud computing, come la connettività e l'ottimizzazione delle performance e della visibilità».

TECNOLOGIE

SYNETO ASCOLTA I CLIENTI E AGGIORNA HYPERSERIES

Syneto, società che fornisce infrastrutture iper-

convergenti per le PMI, ha deciso di dare spazio all'ascolto della clientela per capire come migliorare le proprie soluzioni sulla base delle loro reali esigenze. Questo approccio ha permesso alla società di incrementare le prestazioni dei suoi modelli HYPERSeries senza cambiarne il costo. «Il nostro obiettivo è stato chiaro fin dall'inizio, diventare un vero e proprio partner tecnologico per le aziende attraverso la fornitura di piattaforme che acquisiscono l'ultima tecnologia enterprise, semplificandola e integrandola in prodotti che semplificano, accelerano e proteggono tutte le operazioni aziendali, con il miglior rapporto prezzo/prestazioni del mercato», ha dichiarato **Vadim Comanescu**, CEO di Syneto. L'impegno di Syneto si è concentrato su 3 parametri importanti: la potenza, la capacità e la memoria. Tutti gli aggiornamenti sono stati realizzati mantenendo gli stessi costi dei modelli precedenti. Gli esperti di hardware di Syneto hanno aumentato la potenza di calcolo del 23% e raddoppiato la capacità delle soluzioni entry level HYPERSeries 3000, mantenendo lo stesso prezzo.