

## EPSON SI PREPARA A INCONTRARE I PARTNER

La società organizza una serie di eventi sul territorio a partire dal 25 settembre con l'obiettivo di incontrare e aggiornare il canale. Saranno analizzati i nuovi trend di mercato e si potranno vedere i nuovi prodotti Epson.

a pag. 04



## NUTANIX PREMIA IMPEGNO E COMPETENZE DEI PARTNER

Annunciato il nuovo programma per i partner, Power to the Partner, che vuole distinguersi dai programmi tradizionali per l'enfasi posta sugli investimenti dei partner in tecnologia Nutanix e non solo sugli obiettivi di fatturato.



Matteo Uva, Sales Manager di Nutanix Italia ha commentato: «La presenza di Nutanix è cresciuta e ciò che stiamo facendo rappresenta il punto di par-

tenza della nostra visione volta a potenziare i nostri partner con il supporto e le risorse necessarie per raggiungere il loro massimo potenziale insieme a Nutanix. Il successo dei partner è importantissimo perché grazie a ciò i nostri clienti possono beneficiare di data center semplificati e armonizzati che soddisfano tutte le esigenze cloud, oggi e in futuro».

so dei partner è importantissimo perché grazie a ciò i nostri clienti possono beneficiare di data center semplificati e armonizzati che soddisfano tutte le esigenze cloud, oggi e in futuro».

a pag. 03

## IN ITALIA CRESCE LA VOGLIA DI TECNOLOGIA

L'analisi dell'Osservatorio di Pagomeno ha evidenziato nel periodo estivo una crescita del 51% nella propensione di acquisto per i device tecnologici.

a pag. 06



## SOMMARIO

Synology sigla l'accordo di distribuzione con Computer Gross pag.07

La formazione ufficiale di Cisco da Tech Data pag.07

JDA collabora con Microsoft per il cloud nella supply chain pag.08

Coop Centro Italia adotta il self-scanning di Scandit pag.08

Atos si espande con l'acquisizione di Syntel pag.09

Centro Computer migliora la collaborazione in Granarolo pag.09

F5 nomina il nuovo Vice President Sales per l'area EMEA pag.10

Anthony Webb è Vice President Sales EMEA di A10 Networks pag.10

Michel Paulin è CEO del Gruppo OVH pag.10

Partners Flip  
anno VII - numero 228 - 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)



### 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

# Nutanix premia impegno e competenze dei partner

*Power to the Partner vuole distinguersi dai programmi tradizionali per l'enfasi posta sugli investimenti dei partner in tecnologia Nutanix*

di Paola Saccardi

Nutanix, società californiana specializzata nell'enterprise cloud computing, ha annunciato il nuovo programma per i partner, Power to the Partner, che vuole distinguersi dai programmi tradizionali per l'enfasi posta sugli investimenti dei partner in tecnologia Nutanix e non solo sugli obiettivi di fatturato. Inoltre, attraverso il nuovo programma, Nutanix vuole offrire ai partner gli strumenti necessari per supportare al meglio i clienti nell'adozione di tecnologie data center di nuova generazione.

Matteo Uva, Sales Manager di Nutanix Italia ha commentato: «La presenza di Nutanix è cresciuta e ciò che stiamo facendo rappresenta il punto di partenza della nostra visione volta a potenziare i nostri partner con il supporto e le risorse necessarie per raggiungere il loro massimo potenziale insieme a Nutanix. Il suc-

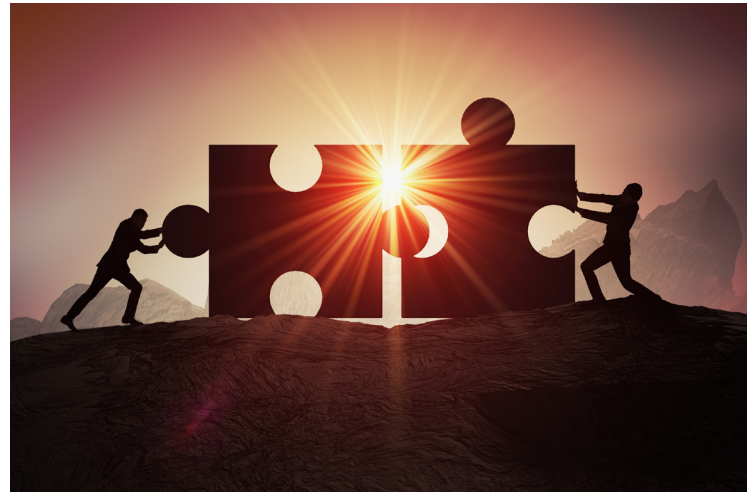
cesso dei partner è importantissimo perché grazie a ciò i nostri clienti possono beneficiare di data center semplificati e armonizzati che soddisfano tutte le esigenze cloud, oggi e in futuro».

## Il programma Power to the Partner

Come già anticipato nel corso dell'evento Partner Xchange dello scorso maggio, i partner potranno conseguire un determinato status in base al numero di operazioni commerciali concluse e al livello di competenze acquisito sulle soluzioni Nutanix, piuttosto che in base agli



Matteo Uva di Nutanix



obiettivi di fatturato. Questa nuova struttura permette in pratica ai partner di qualsiasi dimensione di raggiungere la categoria più elevata.

I livelli disponibili sono tre, Master Partner, Scaler Partner e Pioneer Partner, con le seguenti distinzioni:

- **Master Partner.** è il livello di partnership più avanzato, in base al quale il partner conclude il maggior numero di accordi e ottiene la maggior parte delle certificazioni focalizzate sulla vendita dei prodotti HCI strategici di Nu-

tanix così come delle nuove soluzioni tra cui Flow, Era e Beam.

- **Scaler Partner.** è il livello di partnership e competenze in evoluzione, laddove il partner sviluppa soluzioni integrate che ruotano attorno all'ecosistema software Nutanix Enterprise Cloud OS, e ha incrementato il numero e il livello di personale certificato così come di operazioni commerciali.
- **Pioneer Partner.** questo è il livello iniziale di partnership ed engagement in cui il partner porta i primi

clienti verso l'adozione delle soluzioni iperconvergenti di Nutanix e acquisisce le competenze di base sui prodotti core.

### Gli strumenti per i partner

Per supportare i partner nella trasformazione digitale dei propri clienti, Nutanix mette a disposizione diversi strumenti che facilitano il processo di engagement del cliente. Tra questi troviamo:

- Piattaforme e strumenti completi di demand-generation per favorire l'acquisizione di nuovi clienti
- Risorse a disposizione del partner per effettuare demo delle soluzioni Nutanix, strumenti Sizer, TCO/ROI e Xtract che permettono ai partner di implementare facilmente soluzioni basate sulla tecnologia Nutanix
- Corsi di formazione su prodotti come Beam,

Calm, Flow, Era e nuove tecnologie, per supportare i clienti.

- Per generare ricavi ricorrenti il programma fornisce le risorse che permettono di fidelizzare i clienti esistenti. Power to the Partner prevede anche rebate e incentivi, certificazioni e corsi di formazione, strumenti marketing differenzianti e processi di supporto alle vendite automatizzati. L'obiettivo dichiarato è quello di uni-

re le risorse Nutanix con il personale esperto dei partner per servire al meglio i clienti.

Inoltre Nutanix ha recentemente lanciato anche il programma Velocity rivolto ai partner che operano nel mercato di fascia media, per favorire l'ingaggio del canale, fornendo contenuti e offerte preconfigurate per i clienti, così come investimenti e processi di vendita esclusivi per agevolare i partner nel mid market.

## EVENTI

# Epson si prepara a incontrare i partner

Epson ha annunciato la partenza del Roadshow 2018 dedicato ai partner di canale, che partirà il 25 settembre a Milano per concludersi il 18 ottobre a Bologna. In tutto saranno otto le località coinvolte: oltre alle già citate Milano e Bologna, l'evento si terrà a Verona, Bari, Caserta, Roma, Lucca e Treviso.

«Da sempre Epson opera sul territorio solo attraverso il canale indiretto, che è quindi per noi un asset importantissimo» ha commentato **Flavio Attramini**, Head of Business Sales

di Epson Italia. Gli incontri sono stati pensati per aggiornare il canale andando il più possibile vicino alle loro realtà, fa sapere la società, e saranno l'occasione per presentare e analizzare i nuovi trend di mercato, oltre che per permettere ai rivenditori di vedere in azione i nuovi prodotti Epson all'interno di specifiche aree dimostrative. I partner, inoltre, avranno l'opportunità di interagire con gli specialisti di prodotto e con i funzionari di vendita, che saranno disponibili per il-

lustrare le ultime novità e rispondere alle domande. La formula per gli incontri è open house: ciascun evento durerà dalle 10.00 alle 17.00, con una presentazione dei nuovi prodotti replicata al mattino alle 11.00 e al pomeriggio alle 15.00. È previsto anche l'allestimento di una zona espositiva suddivisa in cinque aree tematiche: Corporate, Education, Retail, AVPRO Lab e Area Partner, nella quale saranno presenti le soluzioni software per la gestione documentale e il parco stampanti.

Questo il calendario:

- 25 settembre Pero (MI), Atahotel Expo Fiera
- 27 settembre Pacengo di Lazise (VR), Hotel Parchi del Garda
- 2 ottobre Bari, Parco dei Principi Hotel
- 4 ottobre Caserta, Golden Tulip Plaza Caserta
- 8 ottobre Roma, A. Roma Lifestyle Hotel
- 11 ottobre Lido di Camaiore (LU), Una Hotel Versilia
- 16 ottobre Mogliano Veneto (TV), Doubletree by Hilton Venice - North
- 18 ottobre Funo di Argelato (BO), Museo Lamborghini

# 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.

# In Italia cresce la voglia di tecnologia

*L'analisi dell'Osservatorio di Pagomeno ha evidenziato nel periodo estivo una crescita del 51% nella propensione di acquisto per i device tecnologici*

a cura della redazione



Nemmeno l'estate frena la voglia di tecnologia degli italiani. Secondo l'Osservatorio di Pagomeno (il sito **www.pagomeno.it** di Schibsted Italy, che compara prezzi e prodotti) nel nostro Paese continua a crescere l'interesse verso i device tecnologici. In particolare l'Osservatorio ha registrato sulla propria piattaforma una crescita di propensione all'acquisto del 51%, nei soli mesi di giugno e luglio.

## I prodotti più ricercati

Smartphone, TV, tablet, laptop e smartwatch sono risultati tra i 5 prodotti più cercati. Ad occupare la prima posizione in classifica c'è lo **smartphone**, con una crescita dell'11% nel mese di agosto. Non stupisce, d'altronde, che si trovi in vetta alle ricerche degli italiani, con Samsung e Apple in testa, seguiti da Huawei. Anche i modelli ricercati fanno da specchio a un trend che sta prendendo

sempre più piede, ossia la volontà di avere l'ultimo modello disponibile. Trend che si rispecchia nei 5 prodotti più cliccati: Samsung Galaxy S9 e A8, ultimi arrivati della casa coreana, iPhone X, Huawei P20 e iPhone 7.

Al secondo posto della classifica c'è il **televisore** (ulteriore + 12% agosto), che ha visto un picco di ricerche alla fine di giugno e in concomitanza dei saldi estivi. Inoltre presto dovrebbe essere necessario per molti un adeguamento delle TV alle nuove *direttive* della Commissione Europea per dotarsi di modelli che supportino il nuovo formato DVB-T2. Dai risultati sembra che gli italiani stiano già prestando molta attenzione a questi nuovi requisiti, oltre alla grandezza del televisore mostra una predilezione per gli schermi da 55" e 65". Tra i top brand troviamo ai primi tre posti LG, Samsung e Sony, con prodotti che

presentano già il sistema TV necessario a captare le nuove frequenze del digitale terrestre.

Sempre nelle ricerche estive degli italiani al terzo posto troviamo la propensione all'acquisto di **tablet** (+ 12% agosto), ideali da portare in vacanza e in viaggio. In questa categoria Apple vince il confronto con gli altri brand, seguito da Samsung e Huawei. La top 5 dei prodotti più ricercati vede infatti Apple iPad 9.7", Sony Xperia Tablet Z4, Samsung Galaxy Tab E, Samsung Galaxy Tab S3 e Apple iPad Pro 10.5". Prediletti gli articoli con schermi tra i 9" e 10" e una buona durata della batteria, dal design ergonomico, con memoria espandibile e dotati di 4G.

Infine, per i **laptop**, che sono risultati quarti in classifica, Pagomeno ha segnalato una crescita dell'interesse a partire da fine luglio, con una crescita del 32% in agosto. Tra i brand

prediletti dagli italiani troviamo Asus e HP, seguiti da Lenovo. Tra i 5 modelli più cercati ampio spazio a quelli con processore Intel, leggeri e con schermi tra i 13" e i 15.6", come Apple MacBook Air, Dell Inspiron 5570, Asus ZenBook, Lenovo V110-15 e Asus E406SA-BV011T.

Al quinto posto, ma con la crescita più importante (+33% ad agosto), si trovano gli **smartwatch**. Tra l'altro l'evento di settembre di IFA li vede protagonisti con il debutto dei nuovi wearable device di Samsung e di FitBit. Samsung, Apple e Huawei guidano la tendenza con una preferenza per prodotti dal design moderno con cinturini in gomma o silicone, speaker integrato per le chiamate, GPS e un'elevata autonomia. Tra questi ai primi 5 posti Samsung Gear S3 Frontier, Apple Watch Series 3, Apple Watch Series 3 Nike+, Xiaomi Huami Anazfit Bip e Huawei Watch 2.

## Synology sigla l'accordo di distribuzione con Computer Gross

Dopo il lancio del Partner Program effettuato ad inizio 2018, Synology rafforza ulteriormente il suo canale italiano siglando un accordo strategico con il distributore a valore aggiunto Computer Gross. La partnership si inserisce nel quadro del Synology Partner Program, che ha l'obiettivo di creare una rete di Partner qualificati, in grado di rispondere alle esigenze dei clienti finali attraverso una consulenza strategica e personalizzata.

Attraverso il programma, supporterà anche lo sviluppo commerciale e marketing dei propri Partner. A poco più di quattro mesi dal lancio, il Programma Partner di Synology conta già 160 partner, e costituisce di fatto, osserva la società, un punto di riferimento per numerose aziende e privati. Da parte sua Computer Gross distribuirà l'intero portfolio delle soluzioni Synology, dai NAS ai router fino alle soluzioni dedicate alla videosorveglianza.

«Grazie a questo accordo, Synology conferma la crescita e l'espansione nel mercato italiano», ha commentato **Vania Paone**, Product Manager Synology Italia, Grecia e Cipro. «Il panorama distributivo di Synology è adesso completo e in grado di creare valore in tutta Italia. Abbiamo scelto di collaborare con Computer Gross perché li riteniamo un Partner estremamente preparato e competente nel mondo ICT e in particolare nel set-

tore NAS». «L'accordo di distribuzione formalizzato con Synology conferma il nostro interesse ad allargare l'offerta di prodotti e soluzioni in questo settore. Inoltre testimonia la capacità di Computer Gross di presentare soluzioni performanti, che permettano ai rivenditori di incrementare il loro business e di diventare sempre più competitivi» ha dichiarato **Francesca Rossi** - Business Unit Manager di Computer Gross.

## La formazione ufficiale di Cisco da Tech Data

La formazione è fondamentale per fornire alle figure professionali il "know how" necessario a coniugare le competenze IT con gli scenari tecnologici ormai in continua evoluzione. Proprio per questo, il distributore Tech Data, tramite la divisione Tech Data Academy, si è posto l'obiettivo di aiutare i professionisti IT ad ottenere le competenze tecniche e le certificazioni di cui hanno bisogno per ottimizzare la

loro produttività e rimanere competitivi sul mercato. Grazie all'abilitazione ad erogare la formazione tecnica ufficiale di Cisco, Tech Data Italia è stata nominata Cisco Learning Partner. «Siamo assolutamente lieti che Tech Data in Italia sia diventata parte della rete di formazione Cisco - ha commentato **Giorgio Campatelli**, Italy partner Organization Leader Cisco - Tech Data ha una pluriennale esperienza

nell'erogare la formazione ufficiale in ambito IT e vanta una partnership consolidata con Cisco sia a livello locale, sia globale». **Cristina Campominosi**, Business Unit Manager Academy Tech Data Italia, ha aggiunto: «Essere stati il primo distributore, in Italia, ad aver raggiunto questo importante traguardo è la conferma della dedizione e dell'impegno che, da sempre, caratterizza la nostra relazione con Cisco.



La qualifica di Cisco Learning Partner ci consente ora di ampliare il livello di servizio e di supporto ai partner con l'offerta personalizzata di percorsi formativi esclusivi nel settore IT Italiano».

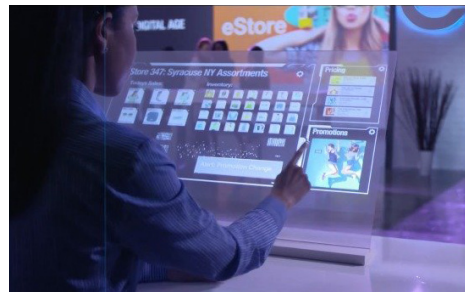
# JDA collabora con Microsoft per il cloud nella supply chain

JDA Software, fornitore di soluzioni end-to-end per la supply chain e il retail, ha annunciato una partnership strategica con Microsoft il cui obiettivo è quello di sviluppare soluzioni SaaS di nuova generazione sulla piattaforma cloud Microsoft Azure. La nuova partnership, insieme all'accordo recentemente annunciato per l'acquisizione di Blue Yonder, garantisce un nuovo slancio per le iniziative di JDA nell'ambito dell'innovazione e a supporto

della trasformazione digitale. Attraverso funzionalità avanzate e intelligenti, JDA intende fornire in tempi rapidi soluzioni di Autonomous Supply Chain. Le soluzioni di JDA ottimizzano l'intera supply chain end-to end, dal fornitore alla fabbrica, dalla rete di trasporto al magazzino, dal negozio al consumatore, attraverso la propria offerta di soluzioni. Unire le forze con Microsoft per il go-to-market e lo sviluppo delle future soluzioni SaaS di JDA sulla piatta-

forma Azure consentirà di portare ulteriori benefici ai clienti, spiega la società. I clienti di JDA saranno in grado di attingere alla rete di alleanze globali di Microsoft, sfruttando al contempo l'ampio portafoglio di compliance di Azure, la sicurezza incorporata, gli accordi sui livelli di servizio di livello enterprise e il supporto. **Girish Rishi**, CEO, JDA ha dichiarato: «La partnership strategica con Microsoft accelera la mission di JDA di diventare l'azienda di riferimento per

realizzare strategie digitali di successo nell'ambito della supply chain, consentendo al nostro ampio ecosistema di partner e sviluppatori di sfruttare ancora di più le nostre soluzioni basate su AI e Machine Learning.» La prima soluzione che fa parte della roadmap SaaS di JDA comprende **JDA Luminate ControlTower**, una soluzione che offre un centro di decisione virtuale e fornisce in tempo reale visibilità a 360° e 24/7 sulle supply chain globali.

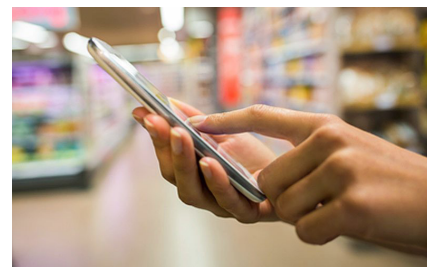


# Coop Centro Italia adotta il self-scanning di Scandit

Coop Centro Italia, presente in Toscana, Umbria, Lazio e Abruzzo, ha scelto Scandit, società che sviluppa soluzioni per l'acquisizione dati mobile basate sulla visione artificiale, per migliorare l'esperienza d'acquisto durante l'attività di self-scanning tramite l'app mobile della Cooperativa. In pratica le funzionalità della scansione evoluta fornite dalle librerie di Scandit sono sta-

te integrate all'interno della nuova app Coop Centro Italia e sono utilizzate nel nuovo servizio 'Salvatempo'. Il self-scanning inserito nell'app della Cooperativa, utilizzabile presso l'Ipercoop di Terni, va ad affiancare la soluzione tradizionale basata su device dedicati, consentendo ai soci di utilizzare le stesse funzionalità direttamente dal proprio smartphone all'interno del

punto vendita. Il fulcro della piattaforma di Scandit è un motore di acquisizione dati che unisce diverse tecnologie di acquisizione dati mobile, come: la scansione di codici, il riconoscimento testuale, l'acquisizione di moduli e il riconoscimento di immagini, insieme ai servizi cloud associati. Inoltre, grazie alla realtà



augmentata, la piattaforma di Scandit offre la possibilità di unire il mondo fisico e quello digitale sovrapponendo informazioni aggiuntive dettagliate sui prodotti in tempo reale.

# Atos si espande con l'acquisizione di Syntel

Atos, società che si occupa di realizzare la trasformazione digitale delle imprese, ha di recente confermato l'accordo per l'acquisizione di Syntel, fornitore mondiale di servizi IT, per un corrispettivo di circa 3,4 miliardi di dollari. L'acquisizione è approvata unanimemente dai consigli d'amministrazione delle due società ed è pianificata per la fine del 2018 con l'ingresso di **Rakesh Khanna**, attuale CEO di Syntel, nel comitato esecutivo di Atos.

Nel 2017 Syntel ha generato ricavi per 924 milioni di dollari, di cui l'89% in Nord America. L'acquisizione ha l'obiettivo di rafforzare le capacità della Divisione Business & Platform Solutions a sostegno della strategia di sviluppo del business digitale del Gruppo Atos. Lo ribadisce **Thierry Breton**, Presidente e CEO di Atos, che dichiara: «L'operazione rappresenta una fase di trasformazione per la nostra divisione Business & Platform Solutions in quanto migliora in

modo significativo il profilo di crescita e redditività attraverso un'ampia offerta di servizi digitali, piattaforme di distribuzione all'avanguardia con base in India, nonché sinergie di ricavi e costi. Sono ansioso di dare il benvenuto ai 23.000 ingegneri Syntel e al loro management».

Le due società sono complementari rispetto alla base clienti, alle aree geografiche di operatività e nell'offerta di servizi. Syntel potenzierà la Digital Transformation Factory di



Atos grazie alla suite di soluzioni digitali proprietarie, riconosciute dai principali analisti del settore in ambito cloud, social network, mobile, analytics e IoT. Atos fa sapere che, al momento del perfezionamento dell'operazione, la società beneficerà di una significativa crescita dimensionale in Nord America che porterà ai clienti nuovi servizi ad alto valore aggiunto, in particolare al mercato finanziario, bancario e assicurativo.



Il Gruppo Granarolo, tra i più importanti produttori di latte in Italia, con 18 stabilimenti produttivi in Italia e 7 all'estero, ha fatto un passo avanti nella video collaborazione grazie alla partnership con Centro Computer, società di consulenza specializzata in prodotti, servizi e soluzioni IT per le aziende.

Le particolari esigenze legate alla distribuzione territoriale in più sedi dei

dipendenti, hanno portato Granarolo a necessitare di spazi virtuali destinati alla collaborazione tra il personale dove potersi incontrare in audio e video conferenza senza doversi necessariamente spostare fisicamente. La soluzione implementata grazie a Centro Computer prevede le Logitech SmartDock con l'utilizzo dell'applicazione Skype Room Systems in aggiunta alle lavagne di-

gitali Microsoft Surface Hub. I nuovi spazi virtuali, le *Huddle Room*, consentono una collaborazione ottimizzata perché permettono in uno spazio fisico ridotto (non più di 10-12 mq per piccoli gruppi da 3 a 5 persone) una cooperazione efficiente tra i collaboratori e anche con i clienti.

La partnership tra Centro Computer e Granarolo è già in corso da qualche anno e ha già fornito al produt-

tore italiano soluzioni di networking e la gestione dell'infrastruttura Microsoft del Gruppo. «Abbiamo collaborato bene con Centro Computer in questi quattro anni - afferma **Fabrizio Bracco**, Responsabile Infrastrutture Tecnologiche di Granarolo - e dopo aver introdotto i nuovi sistemi di UC per il board e per tutti i collaboratori, era indispensabile l'evoluzione verso le *Huddle Room*».

## Centro Computer migliora la collaborazione in Granarolo

## TURNOVER

### F5 NOMINA IL NUOVO VICE PRESIDENT SALES PER L'AREA EMEA

F5 Networks, società che fornisce soluzioni per il cloud e la security, ha annunciato la nuova nomina di **David Helfer** in qualità di Senior Vice President of Sales per l'area EMEA (Regno Unito, Europa, Medio Oriente, e Africa).

Il manager è a capo da anni di team globali ad alte prestazioni, con alle spalle 25 anni di esperienza nel settore tecnologico. È entrato a far parte di F5 nel 2016 come Senior Vice President, Worldwide Partners & Cloud Sales.

«David è un leader affermato con un solido background internazionale. Vanta un'esperienza nel customer development e concrete competenze commerciali, e siamo entusiasti che David contribuisca ad accelerare la sicurezza delle applicazioni di F5 e la leadership nel cloud in tutta l'area EMEA», ha dichiarato

**Chad Whalen**, Executive Vice President, Worldwide Sales, F5 Networks. Prima di F5, Helfer è stato Vice President of Worldwide Channels presso Lookout, società di cybersecurity per la mobilità, dove ha anche ricoperto il ruolo di Direct



Sales Manager e Inside Sales per Asia e Pacifico. Per circa 15 anni, David ha occupato posizioni senior in Juniper Networks come responsabile del Worldwide Channel, Vice President of Commercial and Inside Sales e, a Londra, Vice President of EMEA Partners and Alliances. Helfer è entrato in Juniper Networks nel 2000 da UUNET, dove rivestiva il ruolo di Global Sales Director.

## TURNOVER

### ANTHONY WEBB È VICE PRESIDENT SALES EMEA DI A10 NETWORKS

A10 Networks, società specializzata in Application Visibility Performance and Security, ha annunciato la nuova nomina di **Anthony Webb** in qualità di Vice President delle vendite in Europa, Middle East e Africa (EMEA). Nel nuovo ruolo Webb è responsabile di tutte le attività legate alle vendite di A10 Networks in EMEA, con l'obiettivo di guidare lo sviluppo delle strategie commerciali e di canale.

L'esperienza maturata in EMEA dal manager in ambito Enterprise, service provider e canale/partner sarà per A10 Networks di fondamentale importanza, come sottolinea **Christopher White**, Executive VP of Worldwide Sales di A10 Networks: «Webb, con 20 anni di esperienza nel settore IT. Prima di entrare in A10 Networks, il manager è stato VP EMEA di Ixia Technologies portando l'azienda a raggiungere risultati positivi nel mercato della Network Visibility.



## TURNOVER

### MICHEL PAULIN È CEO DEL GRUPPO OVH

**Michel Paulin** è stato nominato Chief Executive Officer del Gruppo OVH direttamente dal Presidente del Board **Octave Klaba**. Il nuovo CEO ha alle spalle una consolidata esperienza nei settori IT, delle telecomunicazioni e Internet e avrà il compito di portare avanti l'esecuzione del piano stra-



tegico 'Smart Cloud', con l'obiettivo di rafforzare il posizionamento di OVH nel settore. La società fa sapere che il piano sarà presentato il prossimo 18 ottobre, durante l'edizione 2018 di OVH Summit. La nuova nomina fa parte di una nuova fase di sviluppo che sta coinvolgendo OVH. A febbraio 2017, Octave Klaba aveva assunto il ruolo di CEO per sviluppare il piano 'Next Level'. La crescita del business di OVH è stata potenziata da una prima importante acquisizione (di vCloudAir, da VMware), dall'avvio delle attività negli Stati Uniti e in Asia Pacific, dalla creazione di 12 nuovi data center e da una strategia e prodotti cloud innovativi. «È un onore entrare a far parte di OVH. Mi impegnerò per guidare il team composto da 2.500 risorse, operative in quattro continenti, e il loro spirito innovativo al servizio dei clienti. Sono orgoglioso di lavorare con Octave, tutti conoscono la sua vision, la sua forza imprenditoriale e la sua grande umanità» ha commentato Paulin.