

## UNA SICUREZZA IN PIÙ PER IL CENTRALINO 3CX CON LA BLACKLIST

La funzionalità di sicurezza "IP Global Blacklist" propaga il blocco degli attacchi in automatico. Annunciato anche il Web Meeting on premise. *a pag.06*



## BITDEFENDER ELITE PARTNER MEETING 2019

Tutto esaurito all'evento Elite Partner Meeting 2019 di Bitdefender per presentare ai partner la squadra e la strategia di crescita. Un team che è stato presentato da Denis Cassinerio, regional director della south region di Bitdefender e da Annalisa Acquaviva, Regional Channel Manager di Bitdefender Italia. Presente anche un esperto del settore: Marco Morfino senior advisor TMT di Fineurop Europe, per una breve analisi delle tendenze in atto sul mercato ICT Italiano e una breve lezione economica sulle formule di merge e acquisition, per aiutare il canale a scegliere come crescere e valutare alleanze.

*a pag. 03*



## TECNOLOGIE INNOVATIVE LA CHIAVE PER UN LAVORO SMART

Centro Computer supporta le aziende che vogliono trarre beneficio dallo smart working con una soluzione completa di Digital Workplace. *a pag.12*



### SOMMARIO

Il programma 2020 per i partner di Juniper Networks *pag.05*

Snom a Smau 2019 con i nuovi Dect *pag.08*

Si pensa al futuro dei giovani con STEM in the City *pag.09*

La sicurezza gestita di Exclusive Networks per il canale *pag.10*

Sergio Romoli guida la Divisione Cloud & Enterprise di Microsoft Italia *pag.10*

Approda in Italia l'e-commerce di VTEX *pag.11*

Netech adotta storage con cache neurale per servizi VPS *pag.13*

I punti critici della cyber security nel 2020 *pag.14*

SGBBox, SIEM a misura della piccola e media impresa *pag.16*

L'importanza della formazione nella trasformazione digitale *pag.17*

Partners Flip  
anno VIII - numero 250 - 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.

È disponibile il nuovo libro  
**CLOUD e MULTICLOUD**



Il libro è acquistabile al prezzo di 35 euro (IVA inclusa) richiedendolo a  
**info@reportec.it - tel 02 36580441 - fax 02 36580444**

# Bitdefender Elite Partner Meeting 2019

*Tutto esaurito l'evento con i partner per presentare la squadra e la strategia di crescita. Nuovo programma di canale e nuova threat intelligence autonoma*

di Gaetano Di Blasio

In un momento particolare del mercato, che continua a registrare operazioni di acquisizioni e fusioni, **Denis Cassinerio**, regional director della south region di Bitdefender ha scelto di invitare un esperto del settore: **Marco Morfino** senior advisor TMT di Fineurop Europe, per una breve analisi delle tendenze in atto sul mercato ICT Italiano e una breve lezione economica sulle formule di merge e acquisition, per aiutare il canale a scegliere come crescere e valutare alleanze. Queste sono fondamentali, poiché, di fatto, la sicurezza rappresenta un settore nel quale pesano le competenze, che sono scarse. Ci sono soluzioni, come la nuova threat intelligence autonoma lanciata, appunto, da Bitdefender, ma occorre stringere alleanze, sottolinea Cassinerio, evidenziando gli investimenti in formazio-

ne, finalizzati ad aumentare competenze e conoscenze, perché «con un modello di vendita 100% indiretto, noi possiamo crescere solo attraverso i partner e ci rendiamo conto degli sforzi per restare aggiornati, visto che noi stessi abbiamo oltre 300 brevetti e, pertanto li aiutiamo con soluzioni all'avanguardia, progettate per semplificare ed aumentare l'efficienza, e li affianchiamo con il nostro team».

Un team che è stato presentato da Cassinerio e da **Annalisa Acquaviva**, Regional Channel Manager di Bitdefender Italia.

## La spinta verso il modello Manage Security Provider

Il titolo del meeting si ispira alle forze d'assalto Elite, che devono proteggere aree delicate, all'estero come in Italia, e il parallelo con la "guerra" contro il crimine informa-

tico è estremamente calzante, considerando che la sicurezza al 100% non esiste e l'obiettivo deve essere quello di non "soccombere" e di superare gli incidenti. È il modello della resilienza, che noi di Reportec promuoviamo almeno dal nostro libro sulla sicurezza del marzo 2018.

Le tecnologie messe in campo da Bitdefender, come ci ha spiegato il regional manager, sono state progettate con un approccio particolarmente proattivo e l'utilizzo delle stesse da parte di un canale invitato a proporre servizi gestiti, permette alla clientela di affidarsi a esperti qualificati.

I partner di Bitdefender vengono suddivisi in categorie bronze, silver e gold, ma, in effetti, è il livello



Denis Cassinerio - Bitdefender



Annalisa Acquaviva - Bitdefender

di maturità a fare la differenza.

Più precisamente, ci spiega Acquaviva: «Distinguiamo due tipologie di partner, uno che ha

raggiunto un modello di maturità più elevata e quindi, quelli con in quali possiamo impostare piani di sviluppo anche sulle nuove tecnologie e sui modelli di business più avanzati. Si tratta di partner che, per esempio, posseggono un SOC e sono in grado di erogare, per esempio, servizi gestiti, o partner MSP, che pure sono orientati in questa direzione».

A costoro viene richiesto un impegno nella formazione (in buona parte fornita attraverso i distributori), che è di tipo sia tecnico sia commerciale.

Più in dettaglio, evidenzia la channel manager italiana: « Per la formazione tecnica pretendiamo una validazione sulle nostre tecnologie, perché devono essere i nostri partner a credere nelle tecnologie di Bitdefender e, quindi, a imparare a utilizzarle al meglio, diventando autonomi nel proporle e nel dare supporto ai clienti».

Sul fronte commerciale si apre la possibilità di definire un business



## GRAVITYZONE PIÙ VELOCE

Bitdefender amplia la suite di sicurezza MSP e permette a chi fornisce servizi per la sicurezza di bloccare le minacce rapidamente e di semplificare la risposta agli incidenti, nella logica della resilienza.

Si tratta delle nuove funzionalità inserite nella piattaforma GravityZone MSP, progettate per fornire servizi di protezione e rilevamento degli endpoint, identificando e bloccando attacchi fileless e di rete, exploit e altri comportamenti dannosi prima che arrivino a far danni.

Le nuove funzionalità di GravityZone, supportate dalla potenza dell'intelligence sulle minacce di Bitdefender, consentono agli MSP di rilevare gli attacchi nelle prime fasi della catena di attacco, ci spiega Cassinerio, che aggiunge come questo consenta di intervenire in meno di un secondo.

Bitdefender annuncia anche GravityZone Email Security che fornisce una protezione avanzata contro la rapida crescita delle minacce "trasportate" via mail in maniera diversa da solito, grazie a tecniche di email compromise, come quelle in cui i pirati informatici si fingono un manager dell'azienda.

«Negli ultimi 3 mesi, abbiamo misurato un aumento nella frequenza degli attacchi mirati, di qualsiasi tipo: brute force, spear phishing, violazione delle credenziali d'accesso. ha affermato Alina Draganescu Director, Security for MSP and SMB di Bitdefender.

plan, dettagliato in termini di obiettivi, modalità e criteri di misura, con attenzione alle potenzialità del mercato e account mapping, in funzione delle tecnologie, che possono aprire anche a cross selling.

Si potrebbe pensare il contrario, dopo queste premesse, ma, afferma Acquaviva: «Diventare un partner MSP è molto semplice, grazie alle nostre tecnologie, che oltre a essere semplici sono le stesse, sia per la parte MSP, sia per quella tradizionale, stessa. Dipende dal partner, che con il modello MSP può attivare un modello di vendita a servizio con canone ricorrente».

Come già evidenziato, ovviamente occorrono delle competenze, ma il programma MSP di Bitdefender sta avendo successo, afferma la manager italiana, sottolineando come l'architettura fornisca agli MSP diversi livelli per accedere ai fondi per lo sviluppo delle attività marketing (MDF), al supporto operativo, commerciale e tecnico.

# Il programma 2020 per i partner di Juniper Networks

*Il programma Juniper Partner Advantage 2020 è stato aggiornato per creare nuove opportunità di crescita e diminuire la complessità*

di Paola Saccardi

Juniper Networks ha annunciato l'aggiornamento del proprio Programma di Partnership strutturato per aiutare i partner ad ampliare la propria attività, generare valore e capitalizzare sulle principali aree di crescita dell'IT aziendale.

Juniper Partner Advantage, fa sapere la società, intende semplificare il percorso dei partner per guidarli nella crescita e fornendo il supporto necessario a cogliere le opportunità delle reti enterprise AI-driven.

Come spiega Helda Lopes, responsabile Global Partner Programs & Marketing di Juniper Networks: «Stiamo facendo il massimo per investire nei nostri partner. Il nostro piano è aiutarli a crescere mediante la generazione di nuovo business e l'espansione della base clienti, puntando allo stesso tempo alla semplicità.

Juniper Partner Advantage 2020 è stato concepito per offrire ai partner gli strumenti necessari per capi-

talizzare i principali trend di crescita delle imprese mediante flussi di fatturato che possono essere previsti».

## Il sostegno ai partner

Per aiutare i partner a crescere Juniper ha inserito nel programma nuove specializzazioni. In particolare grazie alla recente acquisizione di Mist Systems, la nuova Specializzazione congiunta Juniper-Mist permette ai partner di offrire alle imprese soluzioni AI, mentre le nuove specializzazioni SaaS e Managed Services sono state studiate per incentivare e sostenere la trasformazione dei partner verso modelli di revenue ricorrente. I partner possono scegliere le proprie specializzazioni in base alla loro differenziazione competitiva e ai particolari modelli di business.

Dal lato incentivi, invece, Juniper ha studiato nuovi programmi per aiutare i partner ad incrementare

il business enterprise. Gli incentivi, spiega la società, sono basati sulla capacità di generare la crescita delle soluzioni Mist e Juniper e pagando rebate a 2 cifre per le tecnologie in evoluzione quali software, cloud e SD-WAN. Juniper ha inoltre stabilito di aumentare gli investimenti sui partner che investono nello sviluppo di competenze tecniche, commerciali e dei servizi sulle tecnologie Juniper. Più i partner acquisiscono specializzazioni, più aumentano i loro livelli di rebate.

Inoltre Juniper mette a disposizione fondi marketing per creare domanda di nuovi business e ampliare il parco clienti. I partner possono accedere a campagne di marketing on demand, personalizzabili e chiavi in mano, focalizzate su soluzioni differenziate e segmenti di mercato verticali. Per quanto riguarda la parte di formazione vendite, anche qui Juniper offre un

programma dedicato a sostenere le competenze in ambito AI, cloud e servizi gestiti.

## Semplificazione

Juniper fa sapere che per semplificare le attività dei partner ha reso disponibile una piattaforma di Partner Relationship Management (PRM) che permette di migliorare la business experience dei partner. Questo grazie alle nuove funzionalità per l'onboarding dei partner, per la gestione giornaliera del business, la gestione dei contenuti, lo status degli incentivi e della compliance in tempo reale e la possibilità di accedere a tutti i dettagli relativi alla relazione con Juniper da un'unica piattaforma.

Anche il portale è stato ridisegnato con l'ottica di semplificare la gestione dei fondi per lo sviluppo del mercato e la semplificazione dei requisiti di apprendimento da parte dei partner.



# Una sicurezza in più per il centralino 3CX con la blacklist

*La funzionalità di sicurezza "IP Global Blacklist" propaga il blocco degli attacchi in automatico. Annunciato anche il Web Meeting on premise*

di Gaetano Di Blasio

Incontriamo **Loris Saretta**, Sales Manager Italy & Malta di 3CX a Smau dove «si passa sempre per fare "networking", anche se non è più la fiera di una volta, quando le imprese aspettavano quell'appuntamento per presentare le novità. Oggi il time to market impone rapidità, che ottieni online. È lo stesso per il Cebit. Resta un'occasione per le startup», commenta il manager. Subito dopo, però, riusciamo a farci dare qualche anteprima, in nome dei vecchi tempi.

In particolare per la sicurezza è stata appena annunciata l'IP Global Blacklist", cioè una funzionalità che diffonde a tutti i centralini informazioni per bloccare un attacco che è stato intercettato da un qualsiasi centralino 3CX nel mondo.

Una funzione che si aggiunge alla crittografia di dati e informazioni dei clienti.

## Il Web Meeting on premise e lo smart working

Altra novità è relativa al Web Meeting di 3CX, che sarà possibile installare anche on premise per far leva sulla intranet aziendale. È un'esigenza che in 3CX hanno notato utile per esempio, nella Pubblica Amministrazione.

3CX, a tal proposito è orientata a facilitare e favorire il più possibile i clienti, non a caso tutte

le funzioni sono comprese nella piattaforma. L'utente può così sfruttare le soluzioni per incrementare la produttività e far leva sullo smart working.

Proprio in Smau, Saretta ha seguito i trend sullo smart working, protagonisti di alcuni workshop, trovando una certa superficialità: «Il problema è che le piccole imprese non hanno ancora capito come fare smart working. Ci si concentra sui rispar-

mi del real estate, che sono importanti solo per i grandi call center», sottolinea il manager.

Quest'ultimo aggiunge: «È chiaro che i vantaggi di avere dipendenti che lavorano da casa sono interessanti per quelle strutture. Con le nostre soluzioni, come altri, il dipendente lavora da casa, tutto viene loggato e controllato. Talvolta si tratta di un lavoratore "saltuario", che viene pagato in misura delle chiamate gestite. Il guadagno è anche sulla salute, potendo, per esempio, lavorare alla scrivania dalle 8 a mezzogiorno a casa, senza dover passare ore in macchina o sui mezzi pubblici per raggiungere il luogo di lavoro».

«Per contro – continua Saretta – non tutti possono lavorare in smart working. Ci vuole un po' di disciplina e amor proprio; poi dipende dalle situazioni al contorno, ma



Loris Saretta di 3CX



basta selezionare gli operatori adatti e sono tutti contenti: i lavoratori che sono impegnati un certo numero di ore, anche variabile, ma sono più liberi di gestirsi il proprio tempo; i titolari che possono risparmiare sullo spazio e ottenere una maggiore produttività».

Le Pmi, invece, non riescono a capire come sfruttare lo smart working, anche per un retaggio culturale spiega il manager: «con il capo che è abituato a vedere il proprio dipendente alla scrivania».

### **WordPress Live Chat**

Con l'acquisizione di WordPress Live Chat, 3cx amplia le potenzialità della propria piattaforma. In particolare, la nota finestra chat di Word Press, grazie alle funzioni del centralino, possono essere immediatamente trasformate in una telefonata

o in una video chiamata.

«Pensiamo al servizio clienti, per esempio di un supporto tecnico; l'operatore inizialmente contattato via chat, può rapidamente prendere possesso del computer del cliente e magari risolvere il problema, senza necessariamente dover aprire un ticket e garantendo la soddisfazione del cliente» spiega Saretta.

Il plug-in di WordPress Live Chat resta gratuito, ma la funzionalità di trasferimento/trasformazione della chat è una esclusiva di 3CX. Ovviamente questa capacità è supportata anche altri ambienti diversi da Word Press con i plug-in del caso, ma la grande diffusione dei siti Word Press, in generale, e quella di WPLive Chat (oltre un milione di download con un ritmo di mille download al giorno) apre a grandi opportunità.

### **Formazione per il canale**

Per quanto riguarda il rapporto con il canale, questo è facilitato dalla semplificazione della piattaforma degli scorsi anni. La versione 16 del centralino telefonico, base di un sistema per la Unified Communication, sta proseguendo il cammino pianificato con una roadmap che prevede gli aggiornamenti in tre service pack progressivi, i quali introducono le nuove app per iOS e Android, totalmente riscritte. La versione aggiornata fornisce un arricchimento di funzionalità, con molte più informazioni sull'ID del chiamante, le possibilità di videoconferenza e, molta più sicurezza, come su descritto. Inoltre, afferma Saretta: «Per essere più incisivi sul canale, abbiamo moltiplicato gli eventi di formazione con molti corsi online, partendo da quello base, intermedio e avanzato che viene suddiviso in 9 giorni (due ore ogni giorno) con interazione con il tecnico. Abbiamo anche

realizzato una ventina di incontri con training tecnici e accresceremo i webinar».

Il risultato è stato ottimo, perché, evidenzia il manager: «Abbiamo raddoppiato il numero di partner certificati». Un investimento che si riflette sulla crescita delle vendite, arrivata a superare il 40% quest'anno.

La formazione, spiega inoltre Saretta, è fondamentale in un mondo orientato al servizio che assicura ricavi ricorrenti, a patto di fornire soluzioni a valore. La piattaforma 3CX si distingue per aver integrato tutte le funzionalità, senza dover pagare licenze per ogni funzione, ma occorre che il partner preparato sappia far leva su queste potenzialità in modo accrescere la fiducia.

Con le soluzioni UCC di 3CX si apprezza il valore anche dello smart working anche per la piccola impresa, che può sfruttare funzionalità avanzate per collaborare», conclude Saretta.

# Snom a Smau 2019 con i nuovi Dect

*Snom a Smau ritrova i partner e lancia i nuovi Dect per grandi ambienti. Le analisi mostrano la tenuta dei terminali in ufficio*

di Gaetano Di Blasio

Smau rimane un punto di riferimento per Snom che vi incontra i partner e osserva il mercato. «Inoltre quest'anno presentiamo nuovi prodotti, che, a dispetto della percezione dominante, mostrano quanto sia ancora utilizzato il telefono da tavolo in ufficio.

Esordisce così **Fabio Albanini**, Head of International Sales, EMEA e Managing Director di Snom Italia, che sottolinea il completamento del portfolio relativo ai dispositivi Dect, con il rilascio dei nuovi terminali IP multicella M900, M70 e M900. Si tratta di un segmento in cui Snom ha scalato la classifica entrando in nuovi mercati che, in precedenza, non era in grado di supportare. Potendo, per, esempio rivolgersi ad aziende che necessitano di grandi ambienti, come lo stesso padiglione di Smau, grandi magazzini,

impianti e così via. In più precisa il manager anche la stessa CIPS Informatica si impegna a mantenere alto il proprio livello di offerta: «Per fare questo andiamo continuamente alla ricerca di nuovi prodotti di vendor internazionali. Conseguentemente, i nostri tecnici non smettono mai di aumentare le proprie competenze».

Il manager spiega anche che non c'è una focalizzazione soltanto su alcune tipologie di partner: «Il nostro supporto commerciale si differenzia perché vuole andare al di là della dimensione del partner e del prezzo. Noi di CIPS Informatica siamo orientati nell'aiutare i nostri clienti e partner di canale nella creazione di servizi sempre più in linea con le esigenze dei mercati attuali e in particolare modo nella realizzazione di modelli basati su servizi gestiti, che consentano

una crescita più rapida del business e una cura di un numero più alto di clienti. Diciamo che siamo più orientati a sposare i progetti, piuttosto che l'importanza del partner o il settore di appartenenza di quest'ultimo».

Certamente le esigenze di svariate installazioni, richiedono sistemi adeguati ed è per questo, come accennato, che smartphone e messaggistica istantanea non hanno soppiantato i terminali. Al riguardo Albanini ricorda una ricerca di Vanson Bourne del 2012, che profetizzava la scomparsa dei telefoni da scrivania entro il 2017. «non è stato così e del resto niente sostituisce una telefonata a prova di intercettazioni, fatta di persona al momento giusto e con una qualità audio ot-



Fabio Albanini - di Snom Italia

timale», afferma il manager italiano che aggiunge: «un'indagine di mercato condotta la scorsa estate da Snom conferma che in Italia il telefono aziendale, cordless o cablato, è presente sul 92% delle scrivanie, un valore superiore alla media europea, la quale, peraltro, raggiunge l'80%.

Oltre alle intercettazioni, vi sono diversi motivi che giustificano questi dati, a partire dal calo delle tariffe sulle linee VoIP, la copertura delle reti mobili, i consumi delle batterie negli smartphone. Indagini a

livello internazionale mostrano che le telefonate sono da tre a quattro volte più efficaci di un'email. Questo mentre fra i 50 e i 100 messaggi istantanei cercano di accaparrarsi l'attenzione del lettore.

Certamente il numero di messaggi nel business aumenta, ma ciò non cambia quanto tutti siano consapevoli che nel caso di importanti trattative o temi complessi ciò che conta sono le sfumature della voce e che le questioni più urgenti si risolvono al meglio con una telefonata», commenta Albanini.

Qualità e sicurezza  
Come accennato la qualità della conversazione o, più in generale come si dice

adesso, la esperienza è superiore, stando all'indagine di Snom, infatti il 33% degli impiegati in Italia ritiene che anche la qualità e la sicurezza delle conversazioni sono argomenti a favore dell'uso dei terminali aziendali.

Infatti: gli smartphone più comuni risultano ad oggi ancora passibili di intercettazioni ed forniscono all'utente una qualità audio e una garanzia di raggiungibilità altalenante a seconda della disponibilità della rete mobile o Wi Fi. Peraltro,



chi predilige la mobilità anche all'interno della sede aziendale può disporre di una vasta gamma di telefoni IP cordless DECT, che soddisfano le più elevate esigenze business. Se poi evidenzia Albani-

ni: «I terminali si rivelano versatili e utili alla semplificazione della quotidianità aziendale, come l'integrazione nativa con le più note piattaforme di Unified Communication, il facile avvio di una conferenza telefonica o soluzioni e funzioni per l'automazione degli uffici, arrivando addirittura a fungere da salvavita, come nel caso dei nuovi telefoni cordless DECT di Snom, ecco che i telefoni IP aziendali, cordless o cablati, presentano – per lo meno presso la sede aziendale – chiari vantaggi rispetto ad altre tipologie di endpoint».

## SI PENSA AL FUTURO DEI GIOVANI CON STEMINTHECITY

È giunta al terzo anno consecutivo l'iniziativa del Comune di Milano **STEMintheCity** (acronimo di Science, Technology, Engineering and Mathematics), a cui è stata anche aggiunta la A di Arte (**STEMA**), per sottolineare nell'anno del Cinquecentenario della morte di Leonardo Da Vinci, proprio il legame tra Arte e Scienza. Nel corso dell'anno si sono succeduti incontri, seminari, corsi di formazione, installazioni e spettacoli per promuovere le materie tecnico-scientifiche e diffondere la cultura digitale.

Nella sede del Comune di Milano, a Palazzo Marino, si è fatto il punto del successo riscosso quest'anno dalle numerose iniziative ed è stata presentata la futura quarta edizione di **STEMintheCity** da **Roberta Cocco**, Assessora Trasformazione digitale e Servizi Civici del Comune di Milano, insieme a **Laura Galimberti**, Assessora all'Educazione e Istruzione del Comune di Milano. La prossima edizione di **STEMintheCity 2020** prenderà il via nel mese di Aprile, che è stato riconosciuto a livello internazionale come il mese delle

STEM, con un palinsesto formativo articolato e ricco di contenuti, coinvolgendo gli studenti del Comune di Milano e di Città Metropolitana.

La manifestazione culminerà nella Maratona delle STEM prevista dal 27 al 29 aprile. Saranno tre giorni dedicati alla promozione delle STEM organizzati e gestiti direttamente dal Comune di Milano, con un grande evento di apertura e corsi di formazione, incontri di role modeling, mostre e spettacoli in collaborazione con i Partner. Fino al 31 marzo saranno resi riconoscibili dal logo "aspettando **STEMintheCity 2020**" tutti i progetti che per affinità di temi e obiettivi anticiperanno e accompagneranno il pubblico verso la nuova edizione, mentre le aziende e le organizzazioni potranno candidarsi per essere Partner del Mese delle STEM e Sponsor della Maratona fino al 28 febbraio. Sul sito dedicato [www.steminthecity.eu](http://www.steminthecity.eu) sarà possibile candidare il proprio progetto e sarà infine pubblicato l'elenco completo degli appuntamenti previsti.



# La sicurezza gestita di Exclusive Networks per il canale

Il VAD specializzato in sicurezza informatica e soluzioni cloud, Exclusive Networks, ha annunciato una piattaforma MSSD (Managed Security Services Distributor) dedicata al canale con la quale può fornire una suite di servizi di sicurezza gestiti al 100%. I primi servizi certificati ISO disponibili sono supportati da strutture SOC avanzate 24 ore su 24, 7 giorni su 7 e da tecnici accreditati ed esperti, quindi dalle infrastrutture e le competenze necessarie per fornire security as a service di livello mondiale senza la necessi-

tà di affidarsi ad un rivenditore/MSP concorrente.

Exclusive Networks ha lanciato la piattaforma MSSD con due offerte di servizi di sicurezza gestiti basati su SOC, ognuno dei quali supporta le tecnologie di più fornitori e può essere proposto nella versione "White Label" (personalizzata con il logo del partner). Il primo è **MSSD - Monitoring & Alerting** e fornisce un controllo 24/7 su importanti infrastrutture come i firewall, consentendo ai clienti finali di evitare costi relativi per risorse e formazione anche se le minacce

aumentano di intensità e frequenza.

L'altro servizio è **MSSD - Monitoring & Alerting + Prevention & Countermeasures** e si basa su questi elementi fondamentali per erogare un servizio di sicurezza gestito, completamente reattivo e proattivo per le infrastrutture di sicurezza di nuova generazione. Altri servizi saranno aggiunti nel 2020, fa sapere il distributore. Julien Antoine, EVP Strategy & Operations presso Exclusive Networks ha dichiarato: «Conosciamo gli elevati costi di configura-

zione e le competenze necessarie per la creazione di un SOC MSSP, che limitano il dinamismo del canale e impediscono alla maggior parte dei partner di soddisfare la domanda dei propri clienti di nuove forme di "security consumption". La piattaforma MSSD dà equilibrio alla situazione, evitando ai partner di mettere il business duramente conquistato nelle mani dei concorrenti. Man mano che l'offerta MSSD si amplierà, aggiungendo ulteriori servizi, manterremo il 100% del focus sul canale».

## SERGIO ROMOLI GUIDA LA DIVISIONE CLOUD & ENTERPRISE DI MICROSOFT ITALIA

Sergio Romoli approda in Microsoft nel 2015, entrando a far parte del team Microsoft Western Europe per poi passare nel 2017 al ruolo di Industry Lead for Retail and CPG (Consumer Packaged Goods) con la responsabilità di questo settore per diversi Paesi dell'Europa occidentale.

Il nuovo ruolo di recente assegnatogli è quello di Direttore della Divisione Cloud & Enterprise di Microsoft Italia, a riporto del Direttore Marketing & Operations Barbara Cominelli.

Romoli succede invece a Mattia De Rosa, che passa nella divisione Customer Success con il ruolo di Cloud Solution Architect Manager sempre all'interno di Microsoft Italia.

Nella nuova veste il direttore avrà la responsabilità di portare avanti le attività che favoriscono l'adozione da parte

delle organizzazioni italiane della piattaforma cloud Microsoft Azure, consentendo loro di beneficiare di flessibilità, sicurezza e funzionalità per l'analisi dati e soluzioni di Artificial Intelligence. «Sono orgoglioso di intraprendere questo nuovo percorso che mi permetterà di capitalizzare la mia esperienza nei settori vendite, servizi e consulenza direzionale per supportare le aziende Italiane nell'adozione della piattaforma cloud Microsoft Azure. La transizione al cloud computing è ormai un passaggio essenziale per le aziende che hanno la necessità di innovare e digitalizzare i propri modelli di business e processi» ha dichiarato il manager.



# Approda in Italia l'e-commerce di VTEX

*La società fondata in Brasile e operante in diversi Paesi nel mondo apre una sede a Milano per offrire la propria piattaforma di e-commerce SaaS*

di Paola Saccardi

VTEX, società nata in Brasile e con 28 sedi nel mondo, che offre soluzioni e-commerce SaaS basate su infrastruttura cloud, annuncia il proprio ingresso nel mercato italiano con una sede a Milano. La strategia di business, fa sapere la società, punta alla crescita e all'innovazione nei settori della moda, della cosmesi, del food & grocery, dell'elettronica, dell'arredamento e dell'industria. La rete dei partner sarà fondamentale per il raggiungimento degli obiettivi dell'azienda.

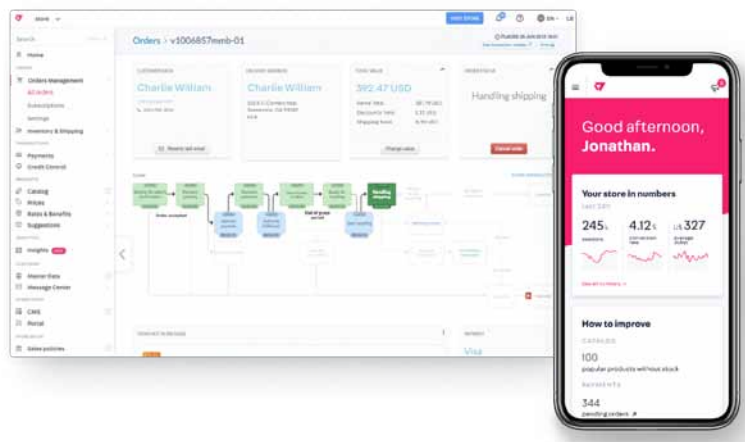
«Secondo i dati dell'Osservatorio eCommerce B2C 2019, in Italia l'e-commerce registra un tasso di penetrazione ancora contenuto, ma evidenzia una crescita più elevata rispetto ad altri mercati europei più maturi. Il Paese ha quindi una grossa potenzialità di sviluppo nell'ambito del commercio elettronico e rappresenta per VTEX una grande op-

portunità per aiutare le aziende a far crescere il loro business e a portare l'eccellenza del Made in Italy all'estero» spiega Daniela Jurado Jabba, Country Manager di VTEX Italia.

## La piattaforma di e-commerce

La piattaforma VTEX e-commerce SaaS consente alle aziende e ai loro clienti di usufruire di un'esperienza d'acquisto end-to-end attraverso tutti i canali di vendita, sia digitali sia fisici. VTEX promette di realizzare con un'elevata flessibilità progetti B2B, B2C, Door to Door, Call Center e Marketplace in un'unica soluzione per clienti Enterprise, in tempi brevi e a costi ridotti.

«La velocità alla quale le aziende devono innovare e rispondere alle nuove aspettative del cliente continua a crescere, creando nuove sfide per i decisori IT – commenta la Country Manager di VTEX Italia -



L'obiettivo di VTEX è quello di facilitare il processo di digitalizzazione del commercio con una soluzione e-commerce SaaS che permette alle aziende di stare al passo con l'evoluzione del mercato, senza dover investire nell'acquisto di sistemi destinati a diventare rapidamente obsoleti, e di offrire ai clienti una customer experience eccellente».

Tramite la propria offerta, VTEX supporta le aziende nella trasformazione digitale con una piattaforma e-commerce basata su un'infrastruttura cloud multi-tenant scalabile, che garantisce affidabilità e capacità di personalizzazione in funzione delle richieste del cliente o delle esigenze

di uno specifico segmento di mercato. La piattaforma, fa sapere la società, offre prestazioni e sicurezza anche durante i momenti di picco, come per esempio il Black Friday, con oltre 1000 ordini al minuto e senza costi aggiuntivi per il cliente.

La piattaforma VTEX grazie all'architettura modulare e "aperta" è in grado di mantenersi sempre aggiornata attraverso i continui aggiornamenti rilasciati dal team di Ricerca e Sviluppo. Il team rilascia oltre 800 aggiornamenti al mese per offrire nuove funzionalità e garantire ai clienti la possibilità di innovare ed essere sempre al passo con gli ultimi sviluppi tecnologici, senza costi aggiuntivi.

# Tecnologie innovative la chiave per un lavoro smart

*Centro Computer supporta le aziende che vogliono trarre beneficio dallo smart working con una soluzione completa di Digital Workplace*

di Giuseppe Saccardi

Sulla spinta della trasformazione digitale e del nuovo modo di lavorare desiderato dai millennial nonché del fatto che aumenta la produttività dei lavoratori e riduce sensibilmente l'assenteismo, si assiste ad una costante diffusione dello smart working. Senza dubbio, osserva **Roberto Vicenzi**, Vice Presidente di Centro Computer, e di certo si può essere d'accordo con il manager, risparmiare del tempo per spostarsi da casa all'ufficio da reinvestire per sé e conciliare più facilmente impegni lavorativi con quelli famigliari contribuiscono ad aumentare il livello di motivazione e soddisfazione dei dipendenti.

Alla prova dei fatti, lo smart working rende tutti più digitali e virtualmente sempre più disponibili alle richieste dei clienti, con una maggiore soddisfazione da parte dei clienti.

Non ultimo, nell'epoca di cambiamenti climatici e

conseguenti impegni ambientalisti, lo smart working fa bene all'ambiente perché permette di risparmiare centinaia di kg di emissioni di CO2 per adetto.

Certo, viene da considerare, quello della CO2 non è l'unico problema che affligge l'umanità e si potrebbe parlare anche dell'inquinamento dovuto alle sostanze chimiche, alla plastica, eccetera, ma da qualche parte, diceva il corso prima di una battaglia, si deve pur incominciare e in questo lo smart working costituisce senz'altro un consistente aiuto al benessere umano e sociale.

I motivi sono evidenti. In un contesto in cui il posto di lavoro diventa sempre più smart e virtuale, i dispositivi mobili e le soluzioni di digital workplace, assumono il ruolo di fattore strategico, permettendo ai dipendenti di accedere ai dati e alle applicazioni in qualsiasi momento e da qualsiasi

dispositivo come se fossero in ufficio.

Condividere informazioni con il proprio team e con chi si trova e opera in luoghi e tempi diversi

è un modo per ottimizzare i tempi di realizzazione dei progetti e costruire un nuovo spazio di condivisione. I moderni applicativi permettono in pratica di strutturare la conoscenza e mantenersi costantemente aggiornati anche se non si è fisicamente sul posto di lavoro, ma per le aziende diventa prioritario saper scegliere lo strumento tecnologico più adatto agli obiettivi perseguiti.

«Centro Computer risponde perfettamente alle esigenze delle aziende che vogliono vincere queste nuove sfide con una soluzione completa di Digital Workplace, basata su Microsoft Teams, l'hub per il lavoro in team di Office 365 che integra persone, contenuti e strumenti per rendere le persone sempre



Roberto Vicenzi - Centro Computer

più coinvolte ed efficienti. Questa soluzione, in cloud, si integra inoltre con quelle di Unified Communications fornite da aziende quali Logitech, Jabra, Poly per offrire soluzioni di audio, di fonìa e di video conferenza di altissima qualità ed efficacia» evidenzia Vicenzi.

Un contributo consistente viene anche dalla mobilità, un campo in cui Centro Computer ha a portfolio servizi di "Mobility Management" che permettono alle imprese di gestire e controllare anche sotto il profilo dell'installazione, configurazione, dell'aggiornamento e della sicurezza, la gestione dei vari dispositivi mobili utilizzati dall'azienda per accedere ai servizi aziendali: dai servizi di directory all'email, dal Wi-Fi alle VPN.

# Netech adotta storage con cache neuronale per servizi VPS

*Il system integrator ha adottato la piattaforma storage InfiniBox di Infinidat per accelerare i servizi di server virtuali per il private cloud forniti ai clienti*

di Giuseppe Saccardi

L'accelerazione dei processi di business e la crescente mole di dati che è necessario memorizzare e soprattutto elaborare, sta creando seri problemi alle aziende impegnate nella trasformazione digitale.

Se a questo si aggiunge il problema della movimentazione dei dati nel cloud e nel multi cloud e della loro gestione ad alta velocità lo scenario che si delinea è tale da creare profondi mal di testa non solo all'IT manager ma all'intero board aziendale. E questo a maggior ragione se si è una società di consulenza da cui ci si aspetta risposte rapide, concrete e sempre disponibili.

Netech, un system integrator che fornisce servizi di consulenza, progettazione e private cloud, ad esempio, si è trovato ad avere la necessità di installare una nuova soluzione di storage all'interno di Supernap, un data center ad elevate

prestazioni, per offrire ai propri clienti server privati virtuali (VPS) ad altissime prestazioni.

Soluzioni che andassero oltre i limiti di quelle già installate ma non più in grado di soddisfare un mercato dalle esigenze estremamente dinamiche. Quello che serviva era uno storage non convenzionale, con funzionalità concettualmente nuove, prestazioni di livello Enterprise e che avesse come punto di forza un software che abilitasse una gestione semplice e automatica. Dopo la classica analisi del mercato è la comparazione tra prodotti di fascia alta, la scelta dell'azienda è caduta sulla piattaforma storage InfiniBox di Infinidat che, ha spiegato l'azienda, mette a disposizione alte performance e un'elevata affidabilità per i workload impegnativi dei data center.

«L'implementazione di InfiniBox è terminata a fine

settembre e, a seguito dei primissimi test eseguiti all'interno dell'infrastruttura preesistente, ha già impressionato per i risultati ottenuti in lettura

e scrittura. Mantenendo inalterate tutte le variabili operative, infatti, i dati registrati hanno mostrato una velocità 5 volte superiore rispetto a quella della soluzione installata nel 2016 e 30 volte superiore a quella della vecchia SAN del 2009», ha dichiarato **Gianluigi Monti**, Sales Manager di Netech.

Un elemento chiave che ha portato all'adozione di InfiniBox è stata anche la sua Neural Cache, basata su algoritmi di Intelligenza Artificiale e Machine Learning, che permette di collocare i dati maggiormente utilizzati (i classici hot data) nella cache di

primo livello e completare la maggior parte delle letture alla velocità della DRAM, che è circa 1000 volte maggiore rispetto a quella dei dischi flash.

«Siamo entusiasti che Netech abbia beneficiato fin da subito delle potenzialità dello storage InfiniBox. La nostra mission, infatti, è quella di fornire prodotti affidabili, che aggiungano valore al business, in modo che i nostri clienti possano concentrarsi maggiormente su crescita e innovazione per rimanere altamente competitivi», ha commentato **Donato Ceccomancini**, Country Manager di Infinidat.

Infinibox



# I punti critici della cyber security nel 2020

*I droni fuori controllo, l'effetto farfalla del ransomware e la falsa sicurezza della biometria tra i punti critici per la cybersecurity. Il perché lo spiega CyberArk*

di Giuseppe Saccardi

Alla fine di un anno viene naturale pensare a cosa mai riserverà quello in divenire. A maggior ragione se si tratta di cyber security, un argomento che più che affascinare preoccupa.

Il leitmotiv è noto. Quali saranno le principali tendenze della tecnologia e quali rischi porteranno? Gli aggressori dedicheranno la loro attenzione a nuove tecnologie come AI e biometria o punteranno su cercare di infiltrarsi nei sistemi convenzionali in modi nuovi e innovativi? Quali saranno i vettori di attacco? I metodi di attacco tradizionali continueranno a dominare o emergeranno nuovi approcci?

Una cosa è certa e cioè che gli aggressori cercheranno di usare l'innovazione contro le aziende o il singolo dipendente. Da qui a capire su cosa si concentreranno ce ne corre.

Un tentativo di rendere meno nebuloso il futuro

prossimo lo ha fatto CyberArk, azienda che sviluppa soluzioni per la cyber security, che ha identificato e suggerisce quelle che potrebbero essere le principali tendenze in materia di sicurezza. Vediamole alcune in dettaglio.

## **I droni e il loro impatto sulla raccolta di informazioni**

I campi preclusi all'utilizzo di droni, da quello militare a quello agricolo, sembrano oramai ben pochi. Finora però le preoccupazioni per la sicurezza dei droni si sono concentrate soprattutto sui danni fisici che potrebbero essere causati da attori interessati, compresi gli stati nazionali. Ma se diventassero un campo di interesse per gli hacker? Nel 2020 potremmo ad esempio assistere al concentrarsi di attacchi da parte di aggressori interessati ad impossessarsi di quello che i droni collezionano come dati e sul come le in-

formazioni ad essi correlati possano essere sfruttate.

Più che i danni fisici l'opportunità a lungo termine che si profila dal punto di vista degli aggressori è quella di usarli come ulteriore modalità per rubare - e manipolare - informazioni sensibili, o manipolare quelle collezionate prima del loro invio per causare errate deduzioni da parte dei loro proprietari.

In fondo, osservano gli esperti, i droni possono essere visti come un complesso dispositivo IoT, con un software che raccoglie e memorizza informazioni sensibili che devono essere protette.

Le organizzazioni devono considerare chi ha la capacità di controllare le attività del drone, quali dati vengono memorizzati, come viene gestito e monitorato l'accesso a tali informazioni e, in ultima analisi, chi è responsabile della loro sicurezza.

Queste domande, sugge-

risce CyberArk, dovranno trovare risposta nella creazione di una struttura di protezione che possa contribuire a mitigare i rischi emergenti per la sicurezza e le potenziali sfide normative e di conformità.

## **L'effetto farfalla del Ransomware**

Una seconda tendenza coinvolge il fenomeno del ransomware. Nei soli primi nove mesi del 2019, diversi report indicano come solo negli Stati Uniti ci siano stati 600-700 attacchi di ransomware contro agenzie governative, operatori sanitari e scuole.

Le città e le organizzazioni del settore pubblico di tutto il mondo si sono trovate a dover far fronte ad una raffica costante di attacchi di ransomware, e per di più con un trend che è previsto in continua crescita per tutto il 2020.

Questi attacchi si pongono l'obiettivo di perturbare e destabilizzare i sistemi e



le città e i centri abitati, in particolare, dovranno elevare il loro approccio verso la resilienza informatica. Il costante bombardamento avrà un effetto farfalla con un impatto che prevedibilmente, osserva CyberArk, andrà ben oltre quanto si è visto finora. Due gli aspetti chiave del fenomeno:

- *L'interesse degli aggressori si sposta nel cloud.* L'assenza di attacchi ransomware spettacolari non significa che gli aggressori abbiano smesso di investire in malware. Stanno solo spostando la loro attenzione. Le famiglie di malware che sono in circolazione da anni funzionano ancora, e sono efficaci per diverse ragioni, soprattutto perché molte organizzazioni dimenticano di apportare il dovuto patching. Ciò premesso, gli aggressori continuano a cercare nuovi modi

per monetizzare i loro assalti. Se hanno malware che funzionano costantemente in ambienti Windows, qual è il prossimo obiettivo? Dato il loro, per certi aspetti comprensibile, desiderio di accedere a una maggiore diversità di sistemi, compresi ambienti cloud e container, si vedrà l'innovazione nel ransomware concentrarsi maggiormente su Linux per sfruttare al meglio le tendenze della trasformazione digitale.

- *Cyber insurance, un mercato da 7 miliardi di dollari.* Nonostante le indicazioni governative di non cedere al riscatto, cresce il numero delle aziende che adottano forme di assicurazione per proteggere i loro asset e i livelli di uptime. Quello della cyber insurance, evidenzia CyberArk, diventerà di fatto uno dei

mercati in più rapida crescita nel campo della sicurezza informatica e si prevede che possa arrivare ad assommare a 7 miliardi di dollari solo negli Stati Uniti. Quello che appare però come un vero contrappasso di dantesca memoria è che gli aggressori saranno più stimolati ad attaccare le organizzazioni che disporranno di un'assicurazione informatica proprio per la più alta probabilità di essere pagati. Il motivo? Le compagnie di assicurazione che valutano i costi/benefici di un pagamento spesso scelgono di cedere, se il costo del riscatto è inferiore al costo dei tempi di inattività necessari per ricostruire una rete. In definitiva, il tutto potrebbe andare a netto vantaggio degli aggressori ma portare anche a necessari cambiamenti sia di policy che innovazione nel settore assicurativo.

### **Biometria e sicurezza**

Una terza tendenza è legata alla diffusione della biometria e al suo effetto psicologico. Con l'autenticazione biometrica sempre più diffusa per una sicurezza a due o più fattori, si inizierà a vedere un livello

di compiacenza che potrebbe rivelarsi infondata. Vero è, rimarca CyberArk, che l'autenticazione biometrica è più sicura dei metodi di autenticazione tradizionali basati su password, ma gli aggressori non sono generalmente alla ricerca di impronte digitali, dati facciali o scansioni della retina.

Quello che oggi ricercano è quello che sta, per dirla in gergo, non sul bancone ma nel retrobottega e cioè l'accesso che sta dietro i metodi di autenticazione sicura. Quindi, mentre l'autenticazione biometrica è un ottimo modo per autenticare un utente su un dispositivo, le organizzazioni devono essere consapevoli che ogni volta che ciò accade, i dati biometrici devono essere criptati e le risorse collocate dietro l'autenticazione devono essere poste in sicurezza. Ancora più importante, il token di autenticazione di rete generato deve essere protetto. Il fatto è che uno token, se compromesso dagli attaccanti, può consentire agli attaccanti di viaggiare in rete e potenzialmente ottenere l'accesso amministrativo o credenziali privilegiate che permettano di raggiungere i loro obiettivi, il tutto mascherandosi come un dipendente legittimo e autenticato.

# SGBox, SIEM a misura della piccola e media impresa

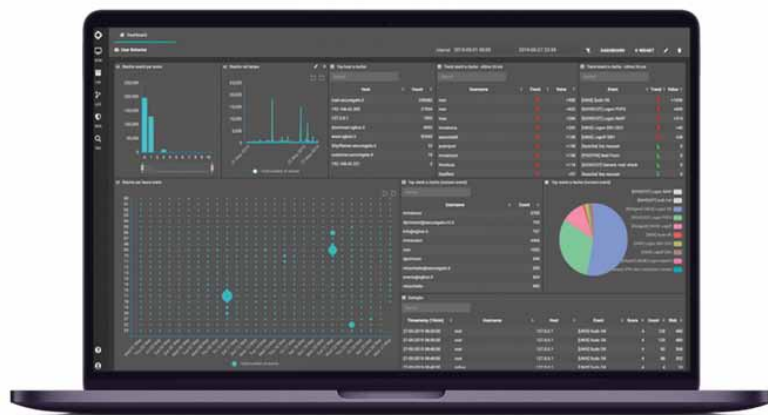
*Un'azienda di sicurezza italiana alla conquista del mercato middle enterprise con servizi in cloud as a service*

di Edmondo Espa

Sempre maggiore è l'attenzione da parte di aziende private e pubbliche verso la sicurezza e la categoria di prodotti SIEM (security information and event management). Un finteresse trainato in parte anche dalle normative AgID, l'Agenda per l'Italia Digitale, la quale impone determinati controlli di sicurezza nelle strutture pubbliche, dal nuovo GDPR, e da una più matura sensibilità delle piccole e medie aziende verso i problemi della sicurezza dei dati e delle infrastrutture. Partito nel 2006 come prodotto per il mondo enterprise, il mercato dei prodotti SIEM si sta sviluppando verso un approccio top-down, diventando quindi accessibile a piccole e medie imprese e offrendo servizi evoluti e di alta qualità a misura delle dimensioni aziendali e delle singole necessità. Una crescita verso le PMI confermata dal sempre più

marcato passaggio da una richiesta di prodotti a servizi in cloud as a service che permettono anche alle PMI di usufruire di sistemi di nuova generazione senza doversi dotare di competenze troppo onerose e complesse e potersi maggiormente al business aziendale.

Leader in questo segmento, e con crescita di fatturato del 50% anno su anno, SGBox sta consolidando la propria presenza nel mercato grazie, da un lato, a un approccio che vede il continuo sviluppo del prodotto con l'implementazione di features e accorgimenti che nascono direttamente dall'interazione col cliente, e dall'altra, da un costante sviluppo di servizi professionali e di formazione al canale, per rendere i partner sempre più autonomi nell'assessment; passaggio fondamentale per un prodotto che non deve essere



semplicemente installato, ma richiede un approccio che guarda all'insieme dell'ambiente e delle criticità dell'azienda.

Il prodotto SIEM di SGBox si presenta, da questa primavera, con una interfaccia ammodernata e più accattivante nella lettura, ma è solo uno dei passaggi di un percorso di attenzione alle esigenze dei clienti e alla mission aziendale di miglioramento continuo dell'offerta con nuovi servizi e nuove feature.

Tra questi, un canale aperto con i propri partner dedicato alle Feature Request dei clienti e il servizio di User Behavioral Analytics

applicazione progettata per creare una based-line comportamentale di ciascun utente e identificare eventuali comportamenti. L'applicazione rileva statisticamente se ciò che sta accadendo è accettabile o meno, associando un fattore di rischio a ciascuna azione.

Una novità che verrà lanciata il prossimo gennaio è una versione Enterprise del prodotto, nella quale è stata reingegnerizzata la gestione del dato, dimostrandosi, in ambito SOC e Big Enterprise, più performante rispetto ad altri prodotti concorrenti sul mercato.

# L'importanza della formazione nella trasformazione digitale

*La ricerca "The Future of Work" di Ricoh evidenzia l'importanza delle competenze dei dipendenti per stare al passo con la trasformazione degli ambienti di lavoro*

di Giuseppe Saccardi

Per le aziende è un momento di profonda trasformazione organizzativa e tecnologica che desta non poche preoccupazioni.

Ciononostante i dipendenti europei guardano con ottimismo alle opportunità, e all'aiuto nello svolgimento del proprio compito professionale e nella relazione con colleghi e clienti, che la tecnologia porterà negli uffici.

Sono però anche convinti che le aziende abbiano la responsabilità di aiutarli a migliorare le proprie competenze per adattarsi ai cambiamenti che l'innovazione introduce in azienda.

È questo il punto di vista ed il quadro che emerge dalla ricerca "The Future of Work" promossa da Ricoh e realizzata da Arup coinvolgendo oltre 3.000 dipendenti di aziende di

tutta Europa.

Impatto positivo delle tecnologie ma serve competenza

Veniamo ai dati della ricerca. La maggior parte del campione d'indagine (61%) è convinta che l'impatto delle nuove tec-



nologie sugli ambienti di lavoro sia assolutamente positivo e consenta di lavorare con maggiore flessibilità e collaborazione.

Oltre tre quarti degli intervistati (77%) ritiene anche di possedere le conoscenze necessarie per riuscire ad evolvere in linea con la trasformazione degli am-

bienti di lavoro che si presume ci sarà nel prossimo decennio.

Questo però sembra non bastare e occorre andare oltre, sottolineano le persone coinvolte nella ricerca. A seguito dell'implementazione di nuove

ti che la propria azienda fornisca la formazione e gli strumenti necessari per adattarsi ai nuovi ruoli che nasceranno a seguito dell'evoluzione tecnologica.

«L'innovazione procede ad una velocità senza precedenti e questa tendenza è destinata a proseguire nei prossimi anni. Le tecnologie continueranno a trasformare il modo in cui le persone lavorano, eliminando attività ripetitive e spostando l'attenzione su processi a valore. Le aziende di successo sono quelle

tecnologie come ad esempio la robotica o l'intelligenza artificiale, le aziende dovrebbero aggiornare le competenze dei dipendenti, in modo che essi siano in grado di lavorare in contesti sempre più digitali e automatizzati.

La maggioranza (81%) del campione si aspetta infat-

che pongono collaborazione e flessibilità al centro di tutto. Abbandonare metodi di lavoro tradizionali è fondamentale per le aziende che vogliono attirare, motivare e trattenerne nuovi talenti», ha commentato i risultati della ricerca **David Mills**, CEO di Ricoh Europe.