

IL MODELLO DI ACHAB PER I MANAGED SERVICE PROVIDER

La soluzione per l'innovazione delle piccole e medie imprese
racchiusa nella formula del servizio gestito.

a pag.05



ATTACCHI ALLA SICUREZZA IN ITALIA: PIÙ VITTIME CHE SCAMPATI

Per la prima volta, dopo 12 anni consecutivi, il numero delle imprese che hanno subito un attacco sono più di quelli che non l'hanno subito. Questo il dato che emerge dall'analisi delle risposte alle domande del questionario diffuso per la realizzazione del Rapporto 2019 (Osservatorio Attacchi Digitali).

Precisamente, la percentuale di rispondenti che ha subito/rilevato attacchi è stata del 55,7% superiore a chi non li ha subiti.

Il rapporto ha anche cercato di verificare quali misure di sicurezza siano state adottate dalle aziende dei rispondenti.

a pag.03



RISCO GROUP RINNOVA L'IMPEGNO VERSO I PARTNER

Si consolida la rete di distribuzione del fornitore di soluzioni per la sicurezza a garanzia del sostegno rivolto ai propri installatori e distributori.

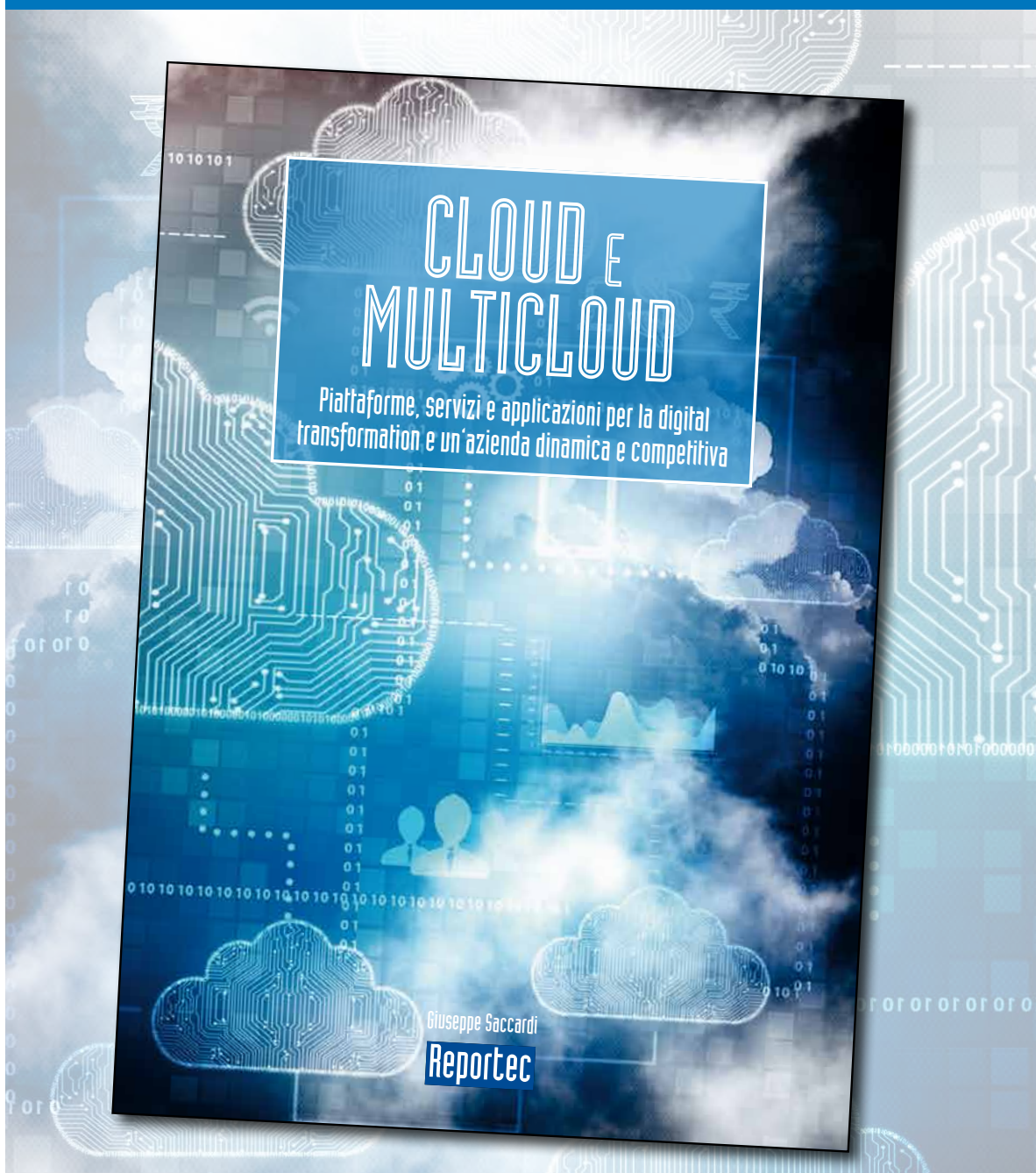
a pag.10



SOMMARIO

- ESET ricerca partner e MSP **pag.04**
- Il programma MSP di Check Point disponibile con Arrow **pag.05**
- DotForce sigla un accordo con ExtraHop Networks **pag.06**
- Ally Consulting e Twingroup uniscono le forze **pag.06**
- Nuove poltrone per vendite e marketing in Tech Data **pag.07**
- Alessio Nava è Country Sales Leader di Eaton Italia **pag.09**

È disponibile il nuovo libro
CLOUD e MULTICLOUD



ORDINA E RICEVI SUBITO LA TUA COPIA DEL LIBRO!

AL COSTO DI **35 EURO** (Iva e spedizione inclusa!)

chiamaci allo 02.36580441
oppure scrivi a info@reportec.it

Attacchi alla sicurezza in Italia: più vittime che scampati

Nuova edizione del rapporto OAD (Osservatorio Attacchi Digitali), l'unica indagine che si concentra sulle violazioni nelle aziende italiane con un'indagine rigorosamente anonima

di Gaetano Di Blasio

Per la prima volta, dopo 12 anni consecutivi, il numero delle imprese che hanno subito un attacco sono più di quelli che non l'hanno subito.

L'indagine è disponibile gratuitamente.

I rispondenti, pur non rappresentando la totalità delle imprese, sono distribuiti coerentemente con i dati statistici dell'ISTAT, con una quota importante di aziende appartenenti al settore ICT. Più precisamente, il bacino di rispondenti emerso nel 2019 risulta costituito, in termini di numero di dipendenti, per il 62,6% da strutture sotto i 250, e di queste il 37,4% sotto i 50. Per le grandi organizzazioni, il 9% dei rispondenti ha più di 5000 dipendenti. Rispetto ai settori merceologici, i rispondenti al 18% appartengono a pubbliche amministrazioni, istruzione statale inclusa, il resto al settore privato: di questo, la maggior par-

te di aziende appartiene al settore ICT (25,7%) e a quello manifatturiero e delle costruzioni (16,4%), cui seguono con percentuali inferiori organizzazioni appartenenti a tutti gli altri settori merceologici, classificati secondo il codice ATECO2.

In sostanza, risulta quindi abbastanza ben bilanciato tra piccole strutture e quelle medio grandi; per i vari settori merceologici il I compilatori del questionario 2019 sono per il 18,3% i responsabili dei sistemi informatici (CIO), per il 17% il personale di terze parti cui è terzariata, in tutto o in parte, la gestione del sistema informatico e della sua sicurezza, e con una identica percentuale il personale di vertice dell'azienda/ente. Seguono con percentuali a scalare altri ruoli, incluso con il 7,2% quello di responsabile della sicurezza digitale (CISO).



Una mira più accurata

Come accennato, gli attacchi rilevati quest'anno sono andati a segno più che in passato. Precisamente, la percentuale di rispondenti che ha subito/rilevato attacchi è stata del 55,7%, superiore a chi non li ha subiti.

Le cinque principali tipologie di attacco più diffuse tra i sistemi informatici dei rispondenti sono state, in ordine, di diffusione

tra i rispondenti:

1. gli attacchi ai sistemi IAA per il controllo degli accessi, con un 54,21%;
2. gli attacchi all'intero sistema ICT target, con un 41%;
3. gli attacchi alle reti di comunicazione, con un 34,65%;
4. il furto di dispositivi mobili d'utente, con un 33,62%;
5. saturazione sistemi e risorse ICT (DoS, DDoS),

con un 30,93%.

Tutte le altre tipologie di attacco hanno registrato un'incidenza sotto il 30%. La tecnica più diffusa e più usata, secondo i rispondenti, è stata la raccolta malevole e non autorizzata di informazioni, tipicamente tramite social engineering, cui segue l'uso di codici maligni e script.

Al terzo posto i toolkit. Poi a seguire le altre tecniche, ben distanziate.

Le misure di sicurezza

Per quanto possibile, il rapporto ha cercato di verificare quali misure di sicurezza sono state adottate dalle aziende dei rispondenti. Questo con l'obiettivo di capire, a livello generale, se i sistemi informatici dei rispondenti abbiano saputo e in che misura, reagire/contenere gli attacchi.

Le risposte raccolte hanno mostrato che l'equipaggiamento in dotazione presso i rispondenti appartiene alla fascia medio alta in termini di livello di sicurezza digitale, attuato, pur con qualche elemento di eccellenza e, più numerosi, elementi di debolezza.

Aspetto negativo: in diversi casi mancano le più elementari e basilari misure per la security. Questo sia dal punto di

vista delle misure tecniche sia da quello delle misure organizzative. Per molti versi una mancanza, quest'ultima, molto grave, in quanto indice di potenziali problemi con la conformità con il GDPR. Una mancanza che si registra non solo nelle microimprese o nelle PMI (piccole e medie imprese), ma anche in alcune realtà medio grandi.

Qualche curiosità

Ricordando che il rapporto è scaricabile gratuitamente, riportiamo qualche dato tra i più interessanti. Per esempio, si nota che sono sostanzialmente poche (13%) le aziende/enti dei rispondenti che seguono un approccio architetturale, basato su standard e best practice per la sicurezza digitale. Inoltre, il 29,59% dichiara di possedere almeno le risorse ICT più critiche in alta affidabilità (99,9%). Tuttavia, la mancanza di una architettura per la sicurezza digitale porta alla non interazione e coordinamento tra i diversi Strumenti.

Sono poi assai limitate le misure di sicurezza fisica. per la protezione delle reti, il 54,3% usa firewall di rete e DMZ, il 49,8% usa VPN, il 27,6% utilizza sistemi IPS/IDS e di analisi.



Per il controllo degli accessi si utilizza il solo username e password nella maggior parte delle aziende (60,2% dei rispondenti).

Per quanto riguarda la protezione delle applicazioni e dei dati trattati, risulta ancora molto limitato l'utilizzo della crittografia sia, nella trasmissione dati, (38,9%), sia nella archiviazione dei dati più critici, quelli sensibili inclusi (27,6%).

Le misure e gli strumenti per la gestione della sicurezza utilizzati nei sistemi informatici dei rispondenti sono percentualmente basse, anche per la forte incidenza delle piccole e medie organizzazioni. Gli strumenti più diffusi sono il monitoraggio ed il controllo centralizzato delle funzionalità e delle prestazioni dei sistemi ICT con un 37,1% dei rispondenti. Il 42% dei rispondenti affida a terzi, parte o in toto il sistema

informatico e la gestione della sua sicurezza. In particolare, l'11,8% utilizza SOC e/o SCC.

Un tema interessante riguarda la responsabilità della sicurezza digitale. Circa tre quarti delle organizzazioni sostengono di avere un responsabile, ma le misure organizzative sono meno avanzate di quelle tecniche, tanto è vero che il responsabile tecnico è ufficiale solo in un terzo delle aziende.

Altre note dolenti sono: per il 40% circa sono definite e in uso policy per la sicurezza digitale, percentuali inferiori, a partire da 37,1%, per le relative procedure organizzative; scarse attività di sensibilizzazione e formazione sulla sicurezza digitale; scarso interesse sulle certificazioni professionali per la sicurezza digitale a livello aziendale e personale, sia all'interno della propria organizzazione sia verso i fornitori.

Il modello di Achab per i Managed Service Provider

La soluzione per l'innovazione delle piccole e medie imprese racchiusa nella formula del servizio gestito

di Gaetano Di Blasio

Il distributore a valore aggiunto, specializzato nella scelta di soluzioni progettate per le piccole e medie imprese, spinge i partner a valorizzare le attività che hanno portato alla crescita lo scorso anno.

Pronti una serie di appuntamenti caratterizzati dai cardini della strategia Achab: ascolto, fiducia, supporto, formazione, crescita, specializzazione e valore.

Con un focus incentrato sulla distribuzione di soluzioni software infrastrutturali a valore, l'azienda italiana aiuterà a crescere, con eventi e iniziative varie, i partner che hanno abbracciato il modello MSP e di chi si accinge, invece, per la prima volta a conoscere il mondo dei servizi IT gestiti come modalità per sviluppare il proprio business, lavorando in maniera più efficace ed efficiente.

Lo scorso anno Achab ha

raggiunto una crescita del 17,8% rispetto al fatturato dell'anno precedente, e per il 2020 la previsione è di superare i 10 milioni di euro puntando sia sui prodotti vincenti già presenti a portfolio, sia su nuovi prodotti.

In particolare, il distributore italiano, ha selezionato nuove soluzioni in ambito sicurezza e governance con l'intento di fornire agli MSP degli strumenti efficaci, e di valore, capaci di risolvere problematiche specifiche dei propri clienti.

Come accennato, il calendario di Achab presenterà nuove iniziative ideate sulla base delle specifiche esigenze dei partner. Al centro, il MSP Day di Riccione, che ravviverà il consolidamento e la formazione della community degli MSP in Italia.

A Riccione vengono presentate le migliori soluzioni tecnologiche disponibili sul mercato per consolida-

re l'efficienza degli IT service provider italiani.

Grande il successo dello scorso anno, tanto che è stato concepito quest'anno anche nella versione Symposium per affrontare tematiche focalizzate sulla crescita degli MSP come aziende.

La prima tappa si è tenuta a inizio febbraio a Milano, con la partecipazione di oltre 110 persone per 93 aziende che si sono confrontate con relatori d'eccezione per capire più nel dettaglio il modello di business dei servizi IT gestiti, quali servizi inserire a portfolio e come prezzerli correttamente e con quali metriche misurare il rendimento della propria attività. I prossimi appuntamenti si svolgeranno il 10 luglio a Padova, dove si parlerà di strumenti funzionali al miglioramento delle performance di vendita, di come trasformare i clienti in ambasciatori, come strutturare un'offer-



Andrea Veca - CEO di Achab

ta ICT vincente e misurare i risultati, ed infine la tappa del 16 ottobre a Bologna, i cui contenuti verranno definiti sulla base delle richieste degli MSP stessi.

Nel corso dell'anno, l'Achab Tour 2020 si riconferma come roadshow itinerante in 24 città italiane, ponendosi come momento di incontro con i clienti, oltre che con nuove realtà che ancora non conoscono il modello MSP. Non mancheranno gli eventi verticali dedicati alle soluzioni dei vendor rappresentati e altre numerose iniziative di fidelizzazione e di networking, come Aclub, l'ormai consueto appuntamento dedicato ai clienti di Achab in programma il 24 e 25 settembre sul Lago di Garda.

ESET ricerca partner e MSP

Il vendor lancia un'iniziativa insieme ai distributori per formare partner e MSP sulle proprie soluzioni di sicurezza. Rilasciata ESET Security Management Center (ESMC) versione 7.1

di Paola Saccardi

ESET, vendor specializzato in cyber security, ha annunciato nuove attività sviluppate insieme ai propri distributori per ampliare la propria presenza sul territorio italiano, coprendo tutte le regioni grazie anche al supporto dei partner più qualificati. Con l'appoggio dei distributori a valore, ESET sta infatti selezionando rivenditori e Managed Service Provider esperti nella sicurezza, per qualificare i partner più competenti in grado di supportare le PMI italiane nella Digital Transformation.

In particolare, come spiega la società, gli MSP devono poter offrire un approccio proattivo e costante per contrastare gli attacchi degli hacker che possono colpire le aziende, così come assicurare la soddisfazione dei clienti e supportare ogni azienda nel valutare il livello di rischio dei propri dati.

Proprio per raggiungere questo obiettivo le attività

che la società sta mettendo in campo sono diverse, come spiega **Fabio Buccigrossi**, Country Manager di ESET Italia, che continua: «Sono mirate ad aiutare i rivenditori più esperti nel capire quale piattaforma di sicurezza suggerire alle PMI, piuttosto che quali sono gli strumenti più utili da adottare per assicurare servizi ai propri clienti liberi da qualunque rischio cyber. Anche il rispetto alla normativa del GDPR, le complessità di connettività al 5G e la sicurezza collegata ai modelli di smart working sono temi di grande importanza, e noi vogliamo fornire le armi giuste ai partner qualificati per vincere con successo tutte le nuove sfide.»

ESET Security Management Center (ESMC)

Di recente ESET ha anche rilasciato la propria soluzione ESET Security Management Center (ESMC)

versione 7.1, migliorando le capacità di gestione e sicurezza dei servizi offerti. La soluzione ESMC 7.1 consente la protezione dei dati sui dispositivi aziendali grazie alla funzionalità Full Disk Encryption (EFDE). Una volta implementata sugli endpoint dei clienti, la soluzione EFDE permette di prevenire l'accesso non autorizzato ai dati in caso di perdita o furto, mantenendo i dischi rigidi crittografati con Advanced Encryption Standard (AES) a 256 bit.

ESMC 7.1 automatizza anche i compiti per gli amministratori attraverso la completa integrazione con ESET MSP Administrator (EMA). EMA è uno strumento che aiuta gli MSP a gestire facilmente le licenze e le sedi dei loro clienti, poiché nel momento in cui gli MSP aggiungono un nuovo cliente in EMA, questo viene automaticamente sincronizzato con ESMC. Gli MSP possono eseguire task importanti in ESMC,



Fabio Buccigrossi - Country Manager di ESET Italia

come la creazione di setup pre-configurati, l'aggiornamento dei sistemi operativi dei clienti o la disinstallazione remota di software di terze parti.

Stefano Rossini, Distribution Manager di ESET Italia, aggiunge: «Il programma MSP di ESET offre gli strumenti completi per usufruire di una completa autonomia nelle attività e sono previsti un'ampia gamma di plugin e integrazioni con i maggiori player sul mercato, consentendo una gestione diretta degli endpoint senza dover installare alcun server di amministrazione remota. A livello internazionale, le nostre soluzioni sono offerte da oltre 4.000 MSP e questo numero cresce stabilmente, con specializzazione dei partner su diverse tipologie di clienti, tra il cui il settore healthcare, education e le società di hosting.»

Il programma MSP di Check Point disponibile con Arrow

Arrow Electronics con ArrowSphere fornisce l'accesso ai partner di canale al programma MSP del vendor di sicurezza

di Paola Saccardi

Il distributore Arrow Electronics ha annunciato la disponibilità sulla propria piattaforma cloud ArrowSphere, dedicata ai partner di canale, del programma Managed Service Provider di Check Point, con l'obiettivo di supportare l'accelerazione del business sulla sicurezza cloud del vendor. Come parte del programma, la soluzione di sicurezza CloudGuard IaaS di Check Point, è quindi disponibile attraverso la piattaforma ArrowSphere come licenza, utilizzando il modello Pay-As-You-Go, per tutti i clienti di Arrow. CloudGuard IaaS di Check Point, protegge dalle minacce informatiche le risorse nel cloud, con scalabilità dinamica, provisioning intelligente e controllo su reti fisiche e virtuali. CloudGuard IaaS supporta un'ampia gamma di

piattaforme cloud pubbliche, private e ibride. Funzionalità avanzate come l'auto-provisioning e l'auto-scaling insieme agli aggiornamenti automatici delle policy garantiscono che le protezioni di sicurezza siano sempre allineate ai cambiamenti del cloud. Inoltre, CloudGuard IaaS supporta un'unica console unificata per una visibilità coerente, la gestione delle policy, la re-

gistrazione, la reportistica e il controllo in tutti gli ambienti cloud.

Attraverso la piattaforma ArrowSphere i partner di canale possono quotare, ordinare, gestire, analizzare e fatturare un'ampia varietà di soluzioni cloud. Grazie alle funzionalità e all'user experience migliorate, la piattaforma è stata progettata in modo da ottimizzare la connessione tra i provider di

servizi cloud, i partner e gli utenti finali. Un team dedicato di ArrowSphere aiuta i clienti a gestire l'intero flusso di lavoro e supporta i partner di canale nell'impostazione e nello sviluppo delle offerte in cloud.

«CloudGuard IaaS è la prima soluzione di Check Point resa disponibile su ArrowSphere», afferma **Alexis Brabant**, vice president sales del business di Arrow Enterprise Computing Solutions in EMEA. «La sicurezza viene continuamente citata come una barriera per l'adozione del cloud aziendale su larga scala. CloudGuard IaaS e Arrow forniscono una risposta per facilitare l'adozione e l'espansione dei servizi cloud, consentendo ai partner di canale di servire i propri clienti con una gestione della sicurezza centralizzata e in outsourcing».



Ally Consulting e Twingroup uniscono le forze

Siglata una nuova collaborazione tra i due partner storici di Infor, per la soluzione Infor CloudSuite Industrial per le PMI del manifatturiero

di Paola Saccardi

Ally Consulting, realtà nata lo scorso anno specializzata nella consulenza IT delle piccole e medie imprese che operano nel settore del manifatturiero, ha dato il via a un programma formativo di mentoring sulla soluzione Infor CloudSuite Industrial (CSI) per Twingroup Global Solutions, provider di servizi e soluzioni ERP per le imprese italiane.

L'iniziativa, in collaborazione con Infor Italia, ha l'obiettivo di avviare un'attività di coaching che abbinerà un nuovo system integrator (Twingroup Global Solutions) con un partner già esperto (Ally Consulting) sulla soluzione Infor CSI.

L'obiettivo è quello di assicurare il miglior supporto per il business, partendo dalla qualificazione del progetto, fino alle attività di demo richieste, per concludere poi con l'implementazione della solu-

zione ERP di Infor.

Per Ally Consulting e Twingroup Global Solutions questa partnership ha un valore importante e la collaborazione si è sviluppata come risultato di parecchi anni di esperienza consolidata da entrambe le società nel settore degli ERP.

Twingroup Global Solutions è sul mercato da 20 anni, sviluppando e implementando progetti IT 'World Class' che soddisfano le problematiche dei propri clienti, mantenendo il focus sulle soluzioni che assicurano valore aggiunto e innovazione nel medio lungo termine. Ally Consulting, in qualità di Gold Partner di Infor, vanta una conoscenza approfondita della soluzione ERP Infor CloudSuite Industrial, proponendosi come partner ideale per la condivisione delle competenze a Twingroup.

Attraverso il percorso

formativo di Ally, il team di

Twingroup potrà consolidare le conoscenze di un nuovo ERP da poter aggiungere al proprio portafoglio prodotti e offrire ai clienti un'alternativa per le soluzioni ERP.

Il rapporto di mentoring non si limita alla formazione. Questa alleanza vuole creare sinergie tra le due aziende al fine di proporsi al mercato come una entità unica che dispone di oltre 50 consulenti qualificati e di un team marketing-commerciale coeso, per ampliare la gamma dei servizi consulenziali in ambito IT alle imprese. L'obiettivo è rispondere alla crescente domanda di Digital Transformation.

«La condivisione delle nostre competenze specificamente legate a Infor CloudSuite Industrial – ha spiegato **Paolo Aversa**, General Manager di Ally



Consulting – è una straordinaria opportunità di crescita per entrambi i team, che possono operare congiuntamente sul mercato, offrendo alle imprese, oltre alla soluzione ERP di ultima generazione, anche solide conoscenze di diversi modelli produttivi e di business.»

«Da tempo cercavamo un nuovo ERP da aggiungere al nostro portfolio, che oggi è basato essenzialmente sulla piattaforma IBMi - ha evidenziato **Maspero Gherardo**, Managing Partner di Twingroup Global Solutions. – Il risultato di questa nostra selezione e ricerca si è concretizzato nella Partnership con Ally Consulting, con attenzione al prodotto INFOR CSI, soluzione ERP basata su Microsoft e ideale per le PMI italiane.»

Nuove poltrone per vendite e marketing in Tech Data

Il distributore rafforza il reparto vendite e nomina Riccardo Nobili, Sales Director, e Vincenzo Bocchi, Advanced Solutions Director

di Paola Saccardi

Tech Data nell'ottica di creare una forza vendita più solida, efficiente e allineata con le necessità del mercato IT, ha annunciato con decorrenza immediata la nomina di **Riccardo Nobili** nel ruolo di Sales



Riccardo Nobili - Tech Data

Director e l'avvicendamento con **Vincenzo Bocchi** nel ruolo di Advanced Solutions Director.

Augusto Soveral, Managing Director Italy di Tech Data ha commentato la carica del nuovo direttore vendite, con queste parole: «Riccardo con la sua esperienza di 12 anni in Tech

Data in ruoli chiave, ha sempre dimostrato una grande capacità di lavorare in team e di fare le scelte strategicamente più giuste per il futuro dell'azienda. È per questo che ritengo sia la persona più adeguata a gestire la nostra forza vendita e tragararla verso la distribuzione del futuro».

Riccardo Nobili da parte sua ha dichiarato: «Sono molto orgoglioso di questa nuova sfida e di poter guidare un team vincente la cui capacità e professionalità è indiscutibile ed è riconosciuta dal mercato. Insieme lavoreremo per continuare a crescere in modo sostenibile, per amplificare la soddisfazione dei nostri Partner e per cogliere le innumerevoli opportunità che la trasformazione digitale del nostro paese ci sta offrendo.»

Vincenzo Bocchi, in qualità di Advanced Solutions Di-



Vincenzo Bocchi - Tech Data

rector, ha invece commentato: «La strategia Tech Data di investimento nelle tecnologie di nuova generazione, parte del portfolio della divisione specializzata Advanced Solutions, di continua trasformazione dei modelli di business e di rafforzamento dell'offerta unitamente alla forza del nostro ecosistema, mi stanno dando la grande opportunità di ampliare le sinergie tra i nostri partner e massimizzare la creazione del valore per il cliente, che colgo con entusiasmo e passione come sempre».

ALESSIO NAVA È COUNTRY SALES LEADER DI EATON ITALIA



Eaton, società che si occupa della gestione diversificata dell'energia ha annunciato la nuova nomina di Country Sales Leader di Eaton Italia per Alessio Nava, che subentra nella guida della filiale italiana a Floriano Masoero, nominato a sua volta Sales Director per l'area South East Europe, a cui riporterà direttamente. Nel nuovo incarico Nava si occuperà di delineare le linee strategiche per lo sviluppo del business sul territorio italiano, oltre a rappresentare la figura strategica di riferimento per le varie divisioni all'interno di Eaton. Inoltre, Nava manterrà la responsabilità di Country Sales Manager del segmento OEM. Nava è entrato a far parte di Eaton due anni fa nel 2018 occupando ruoli di crescente responsabilità. Da Sales Manager per l'area Nord Ovest, nella gestione del team di vendita in Lombardia, Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta e, dall'inizio del 2019, MOEM Segment Country Sales Manager, in qualità di responsabile del coordinamento dell'intera organizzazione di vendita nazionale dedicata alla clientela e filiera del segmento OEM.

RISCO Group rinnova l'impegno verso i partner

Si consolida la rete di distribuzione del fornitore di soluzioni per la sicurezza a garanzia del sostegno rivolto ai propri installatori e distributori

di Paola Saccardi

Potendo contare su una rete di 50 distributori certificati in tutta la Penisola e su quasi 60 installatori Gold e Platinum, RISCO Group ha rinnovato l'impegno rivolto a sostenere la crescita professionale dei propri installatori e distributori. RISCO è specializzata nel mercato della sicurezza e nello sviluppo, produzione e commercializzazione di un'ampia gamma di soluzioni di sicurezza integrate.

«RISCO Group sostiene e premia la formazione e la professionalità dei propri installatori per assicurare agli utenti finali un più facile accesso a professionisti della sicurezza competenti. Questo impegno si riflette nell'incremento dei partner totali a 57 aziende, di cui 17 nuove, ma anche nella crescita di livello da Gold a Platinum e nella conferma di 38 aziende dallo scorso anno» ha dichiarato **Ivan**

Castellan, Branch Manager di RISCO Group Italia. Attraverso il Programma Stars, lanciato dall'azienda nel 2016 per supportare la crescita dei propri installatori, RISCO offre vari strumenti e vantaggi per essere più competitivi. Per esempio, scansionando i QRcode presenti sugli imballi delle confezioni vengono accumulati Punti Stars e dallo scorso luglio gli installatori possono beneficiare anche di un'estensione di garanzia di 3 anni aggiuntivi.

I Partner Stars inoltre hanno diritto a promozioni con un prezzo dedicato o a moltiplicatori dei punti stars sulle scansioni, oltre ad accedere a moduli online (tecnici o commerciali) sulle soluzioni RISCO per conseguire certificazioni di prodotto, che attestano il conseguimento di specifiche competenze con gli utenti finali.

Inoltre tutti i Partner RISCO, siano essi come



livello Silver, Gold o Platinum, che conseguono le certificazioni tecniche di LightSYS e Agility, hanno diritto ad essere pubblicati sulla pagina 'Trova un installatore' sul sito web dell'azienda.

Gli installatori che lavorano in modo costante e continuativo con RISCO hanno modo di diventare partner Gold o Platinum, grazie al raggiungimento di specifiche soglie di punti e del numero di certificazioni. Dal 2016 il numero di Partner Gold e Platinum nel 2020 è quadruplicato e raddoppiato rispetto al 2018. Ad oggi conta 4 Partner Platinum certificati e oltre a 53 Partner Gold.

A fronte del proprio im-

L'App di RISCO che fornisce assistenza agli installatori



pegno, queste aziende accedono a benefici specifici: moltiplicatori di punti su ogni prodotto, possibilità di personalizzare la App di gestione per utenti finali con il loro logo, da quest'anno la stesura di una case history su un'installazione, training dedicati da parte di RISCO e demo unit su nuovi prodotti al 50% del loro valore commerciale per i partner Gold e in regalo per i Platinum.