

Trade e security nell'agenda di Check Point e Magirus

di **Sabrina Attorrese**
ha moderato l'incontro **Loris Frezzato**

Una giornata con il vendor e il distributore impegnati negli incontri con i partner
Ore 10:00: Il supporto ai progetti di sicurezza
Ore 14:00: sicuri con il mobile

« È sempre fitta di impegni l'agenda dei fornitori, tesi a un continuo contatto con i propri dealer per meglio definire le strategie più adatte per arrivare con successo sul mercato. Già, perchè quando si parla di offerta a valore, il rapporto fra vendor, distributori e rivenditori, non può più essere quello di vendita-acquisto. Per forza di cose si devono condividere progetti e aspettative dei clienti, e allora bisogna mantenere stretti contatti tra le parti in causa, e confrontarsi su quali possono essere le strategie comuni per andare a goal. Con questo numero di

Computer Dealer&Var inauguriamo un nuovo format di incontro tra i protagonisti del canale Ict. L'abbiamo chiamato "Appuntamento con il trade", per mostrare ai nostri lettori come si svolge una tipica giornata dedicata a incontrare le terze parti.

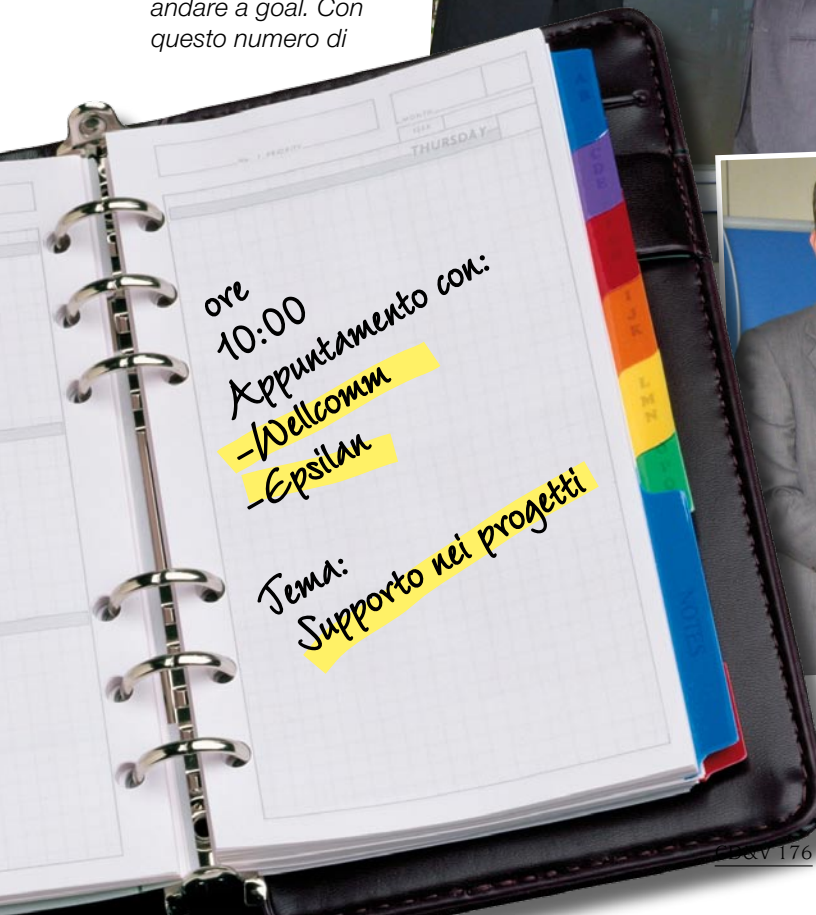
Lo scorso 12 giugno abbiamo dato un'occhiata all'agenda di Check Point e Magirus, che in due momenti diversi hanno potuto confrontarsi con alcuni partner su due temi particolarmente cari al canale che si occupa di sicurezza: supporto e mobility. »

Alle 10:00 di una soleggiata giornata di inizio estate, **Simone Crevenna**, responsabile commerciale di **Wellcomm** e **Guido Simonetti**, amministratore delegato di **Epsilon** incontrano **Paolo Ardemagni**, amministratore delegato di **Check Point Italia** e **Primo Bonacina**, amministratore delegato di **Magirus**. Dopo un caffè e un breve giro di saluti, si comincia a lavorare. L'Appuntamento riguarda la tematica del

supporto al trade da parte di vendor e distributori nei progetti complessi legati alla sicurezza. In primo luogo cerchiamo di capire di quale mercato stiamo parlando. Qui ci aiuta Ardemagni che spiega: «Osservando il settore ci siamo resi conto che oggi ci sono 25/30 vendor che propongono sicurezza su ogni grande utente. A nostro avviso i clienti hanno bisogno di un consolidamento delle tecnologie e di pochi fornitori, specializzati e di fiducia. La tecnologia sulla sicurezza del dato non deve essere un problema, piuttosto deve essere immediatamente fruibile. Quello che ho in mente personalmente è una proposta di sicurezza modulare che offra un pacchetto di servizi di security, tipo quella di Sky per la Tv, per intenderci. Una specie di "decoder" che contenga tanti pezzetti di sicurezza, magari di non più di tre vendor, in modo che l'utente possa quantificare il costo per ogni singolo pc. Il dealer installerebbe, così, un framework hardware all'interno del quale c'è un gateway di sicurezza con tutti ciò di cui il cliente ha bisogno. L'utente paga un canone per pc sulla base dei "pezzetti" scelti, mentre l'hardware lo può rinnovare ogni tre anni. Questo approccio lo stiamo proponendo a Telco e mondo finanziario i quali, considerando la notevole riduzione dei costi, mostrano un deciso interesse». Ecco, dunque, che supporto



Nella foto sopra, il benvenuto all'Appuntamento da parte di Primo Bonacina di Magirus (a dx) a Simone Crevenna di Wellcomm. Nella foto sotto, Paolo Ardemagni di Check Point (a dx) accoglie Guido Simonetti di Epsilon



opinion leader

appuntamento con il trade

è anche questo, sapere proporre soluzioni innovative e modalità diverse di vendita. Nonché lavorare con un canale in perfetta sintonia.

«La sinergia con i vendor è fondamentale - interviene Crevenna di Wellcomm -. I clienti hanno budget limitati e pretendono soluzioni che risolvano i loro problemi senza doversene preoccupare. Per questo siamo noi a richiedere la presenza del vendor nella trattativa, anche tenendo conto di come e quanto sono cambiati i nostri interlocutori, gli It manager, il cui potere di fronte all'ufficio acquisti, ormai, si è di molto ridimensionato. È importante instaurare un rapporto di fiducia, dando la possibilità al cliente di scegliere la soluzione di sicurezza giusta per loro. Sulle medie e grandi realtà non si può prescindere dal tipo di relazione che si instaura e dal servizio erogato». Per Simonetti di Epsilon il supporto di vendor e distributori nel progetto sta nel capire quello che lui definisce il "colpo di remi". «Per vincere un progetto bisogna trovare quel qualcosa in più che fa la differenza - dettaglia - quel colpo di remi finale che mi permetta di vincere. Che può essere la proposta di una tecnologia leader di mercato, una formula finanziaria che altri non hanno, un servizio innovativo. È vero,

oggi i nostri interlocutori all'interno delle aziende sono cambiati. Per quanto mi riguarda, è più facile interfacciarsi con qualcuno dell'area commerciale, del marketing e persino delle risorse umane, con i quali riesco a far valere il mio valore aggiunto lavorando a un progetto basato su paradigmi diversi dal puro prezzo, quali la produttività aziendale o anche progetti sperimentali di motivazione del personale. Si evitano così le "forche caudine" dell'ufficio acquisti, troppo legato all'elemento dei costi».

In merito al valore, ne sa qualcosa Magirus, che di questo ne ha fatto la sua scelta strategica. «Il ruolo del distributore è un ruolo di consulenza che non riguarda nicchie di mercato - spiega Bonacina - piuttosto aree dove è possibile aggiungere valore. Per questo abbiamo scelto di lavorare nell'ambito sicurezza con Check Point (mentre sono focalizzati sullo storage con **Emc** e sulla virtualizzazione su **VmWare** - ndr). Una strategia per premiare chi offre soluzioni». «Ma soprattutto il distributore deve lavorare sulla numerica» incalza Ardemagni. «Se io, vendor, investo sulla mia forza vendita, mi aspetto, di conseguenza, che il distributore aumenti il numero dei rivenditori». Bo-



Chi è Wellcomm

System integrator con sede a Mazzo di Rho, nell'hinterland milanese, occupa 30 persone che lavorano in ambito Tlc, sicurezza, cablaggi strutturati e reti. Banche, assicurazioni e industry il target di riferimento, e a oggi il proprio fatturato si suddivide al 70% sulla sicurezza, e il restante 30% sul networking.

Chi è Epsilon

Epsilon ha un passato nel Gruppo Algol e oggi è parte del Gruppo Netartis, e si occupa prevalentemente di sicurezza per clienti di grandi dimensioni. Oltre alla sede di Milano, la società è presente anche a Roma, La Spezia, Padova, Firenze e Torino.

«Il partner ha totale indipendenza nello sviluppo di un progetto e il vendor si aspetta che sia autonomo. Ci piacerebbe, però, avere più caratterizzazione (Guido Simonetti - Epsilon)



nacina risponde che Magirus lavora con 500 rivenditori di cui la metà tratta sicurezza. «Crediamo di presidiare il mercato abbastanza bene - conferma - anche se il distributore non deve portare la bandiera di un vendor, quanto l'opportunità che una soluzione offre».

C'è molto interesse attorno a questo tavolo e gli argomenti di discussione non mancano. È ancora Check Point che, sfruttando l'occasione di questo Appuntamento, invita i dealer alla creatività. «Siamo pronti ad accogliere le idee del partner e supportarle gratuitamente. Sareste in grado, per esempio, di portarci 20 utenti finali ai quali noi possiamo offrire seminari e sui quali vi possiamo cautelare? A volte - dice il manager - noi vendor buttiamo via i soldi per niente! Dobbiamo cercare di fare azioni che servano per tutti. Quindi oggi vi invito a pensare come un vendor potrebbe esservi utile, e come utilizzereste la vostra azienda per noi. Fatevi queste domande e poi possiamo cominciare a lavorare insieme per milgio-

«Operando con il mercato finance dove è molto sentito l'aspetto della sicurezza è più facile proporsi. Ma la sinergie con vendor e distributori è imprescindibile» (Simone Crevenna - Wellcomm)

rare». Immediata la risposta dei partner.

«Concordo nell'essere più proattivi - sostiene Crevenna - come ritengo sia determinante la stretta sinergia tra tutti gli operatori della catena». «Mi permetto di sottolineare - precisa Simonetti - che è importante che anche il vendor sia proattivo. Noi ci mettiamo a disposizione e siamo disposti a confrontarci con il vendor per capire dove loro stanno puntando e come noi possiamo intervenire. Tuttavia, nel mercato in cui operiamo capita di sentirci un po' massificati, mentre ci piacerebbe avere una maggiore caratterizzazione». Le proposte sono state lanciate, dunque. Magirus fa notare che questa volontà di collaborazione solo un paio di anni fa era impossibile. Il dealer non diceva nulla e così il distributore. Ora c'è più trasparenza ed è aumentata la fiducia reciproca. La strada della collaborazione bisogna, dunque, solo percorrerla. □



L'azienda è mobile ma sempre sicura

La mobilità richiesta dagli utenti assicura continuità del business indipendentemente dall'ubicazione del personale. Ma i rischi aumentano

di **Loris Frezzato**
ha moderato l'incontro **Sabrina Attorrese**

Il business non ha pareti, e nemmeno uffici. Le esigenze di mobilità crescono tra le aziende, e il personale dislocato ha necessità di accedere alle informazioni o alle applicazioni aziendali sempre e ovunque e, soprattutto, da device meno convenzionali del classico pc. Un bel progresso che, però, espone le aziende stesse a dei rischi legati alla sicurezza. Un aspetto che **Check Point** ha preso in considerazione, e a cui risponde con un'offerta puntuale che **Magirus** supporta.

È questo l'argomento fissato in agenda per le 14,00. L'appuntamento è con **Francesco Bonati**, responsabile divisione networking e sicurezza di **Manet**, e con **Martino Bortolotto**, presidente e amministratore delegato di **Lantech**, e il tema è "Mobility: a quali rischi si espone l'azienda".

Un tema che **Paolo Ardemagni**, amministratore delegato di **Check Point Italia**, interpreta come «copertura della protezione del dato nella sua portabilità, e che deve essere compatibile con i vari apparati utilizzati per l'accesso e la fruizione del dato, che ormai sono i più disparati, dal notebook, al palmare, fino all'iPhone». Ma la mobility non è solo varietà di device, è anche eterogeneità nelle tecnologie coinvolte. Ne è convinto **Primo Bonacina**, amministratore delegato di **Magirus Italia**: «Diventa sempre più importante avere una soluzione integrata a supporto della sicurezza dei dati. Oggi il discorso mobility tocca varie tematiche, che vanno dalla security in senso stretto allo storage, al networking wireless. Certo è che comunque tutto ruota intorno alla sicurezza, dalla quale non si può prescindere, soprattutto con il crescente utilizzo dei notebook, che diventano potenzialmente "pericolosi", essendo sempre

Alla sicurezza ci pensa Check Point

È ampia l'offerta di Check Point in ambito sicurezza per ambienti mobile. A partire da Check Point Endpoint Security, un single agent per notebook e pc che associa funzionalità firewall, network access control, antivirus, anti spyware, sicurezza del dato e accesso remoto. Dotato di servizio SmartDefense Program Advisor, consente agli amministratori di controllare quali programmi possono operare sui pc aziendali. Ma non solo i notebook sono messi al sicuro. Il vendor ha sviluppato soluzioni per la sicurezza di altri apparati mobili, come il Nokia E90 Communicator, per il quale è stato studiato Pointsec Mobile 3.1.3 S60 Edition, che copre anche altri dispositivi business della serie E e altri device multimediali della serie N di Nokia, garantendo avanzate tecnologie di crittografia. Recente è invece il rilascio di Check Point Vpn-1 per Apple iPhone, che consente accesso remoto sicuro alle reti aziendali, permettendo connessione cifrata tra l'iPhone e il gateway Vpn-1.

più strumenti da lavoro che spesso vengono utilizzati anche per scopi personali». E la tendenza alla mobilità è in crescita tra gli utenti, che si mostrano anche consapevoli della necessità di lavorare su reti sicure. «La mobility serve al personale commerciale, a

chi vuole fare telelavoro o per quelle aziende che non vogliono più un cablaggio "selvaggio" e si orientano verso il wireless - spiega Bortolotto di Lantech -, che comporta un notevole risparmio di costi. Ma con una rete wireless aumentano i rischi di sicurezza»



Nel pomeriggio vendor e distributore incontrano **Martino Bortolotto** di Lantech (nella foto a sinistra) e **Francesco Bonati** di Manet (qui a destra)



opinion leader

appuntamento con il trade

Chi è Lantech

Lantech Solutions ha sede a Besana Brianza, in provincia di Milano, ed è particolarmente focalizzata sul networking, che rappresenta il 90% del suo business, e sicurezza. Fortemente orientata ai servizi, con 53 dipendenti (di cui 38 tecnici) segue clienti di grandi dimensioni, ed è presente sulla Penisola con altre sedi a Padova, Bologna e Roma. Nel 2007 ha fatturato 7 milioni di euro.



«Una rete senza fili può portare dei vantaggi sui costi, ma il cliente deve essere consapevole che in tal modo si espone a dei rischi di sicurezza»
(Martino Bortolotto - Lantech)

za, e sono le stesse aziende a essere sensibili su questo tema e a chiederci delle soluzioni. Così è successo per un progetto realizzato per conto delle Acciaierie Isp di Cremona, per le quali abbiamo creato una vasta rete, dove abbiamo dovuto tenere in forte considerazione l'aspetto sicurezza, vista l'ampiezza dell'area da coprire e le problematiche relative ai vari ambienti, che a volte hanno condizioni estreme di temperatura che possono interferire con la rete».

Un'esperienza vissuta anche da Manet. «In genere è il cliente stesso che fa richiesta, sia della mobilità, sia della relativa messa in sicurezza della rete - conferma Bonati -. Un progetto importante che abbiamo seguito è quello relativo a Sorgheria, dove tutto il personale è dotato di laptop, anche per il fatto che la loro attività richiede di essere continuamente operativi e di poter intervenire in caso di guasti. I clienti vogliono la mobilità ma non rinunciano alla sicurezza». C'è poi chi vorrebbe ma non può, sia per i costi, sia per la tecnologia "traditrice". «Vi sono aziende di medie dimensioni che sono molto interessate alle ultime tecnologie

wireless, avendole viste in funzione su grandi aziende - prosegue Bonati -. Ma purtroppo, una volta calcolati i costi, ci ripensano, e limitano la rete wireless a certe zone o a personale selezionato. Un altro problema è poi dato dai carrier, che non riescono a garantire un'ampiezza di banda costante in ogni luogo». Mobility sì, ma da offrire in ottica consulenziale, perché bisogna proporre al cliente le tecnologie adatte a risolvere esigenze diverse. E Check Point si è attivata in prima persona affinché i propri partner siano in grado di affrontare con competenza i clienti. «Ogni anno organizziamo la Check Point University, dove coinvolgiamo i nostri partner in una full immersion di formazione - dettaglia Ardemagni -, ma lo sviluppo di competenze è un'attività che ci impegna di continuo. Ogni settimana sono disponibili dei Webcast su vari temi, con corsi sulla parte mobile e la relativa necessità di sicurezza portata dall'utilizzo dei portatili, corsi sul tema wireless che affrontiamo come alternativa valida per l'abbattimento dei costi e corsi sulla sicurezza del dato, da garantire indipendentemente dall'utente o dal

device d'accesso utilizzato». Su questo tema, Bonacina tiene a sottolineare il ruolo di Magirus: «La formazione è un elemento fondamentale della nostra offerta, e rappresenta circa il 70% del fatturato della nostra divisione servizi. Ma oltre a questi, che sono corsi legati alle certificazioni per i brand che abbiamo a listino, organizziamo anche momenti gratuiti sia di training, sia di sviluppo di relazione».

I due operatori presenti all'Appuntamento sono d'accordo. Ci vuole competenza per affrontare i clienti, perché la loro soddisfazione e fidelizzazione si misura soprattutto nella capacità di renderli consapevoli dei benefici e dei rischi cui vanno incontro quando adottano soluzioni di mobility. «Quando si propone una rete wireless, ci vuole molto supporto preventivato per spiegare le soluzioni, i limiti ed eventuali implicazioni in ambito sicurezza - interviene Bonati -. Bisogna spiegare anche che non sempre il wireless va bene, a volte, per certe zone, è meglio usare il cablato». «Anche noi facciamo cultura presso il cliente, sia sull'utilizzo della tecnologia, sia sul comportamento da tenere per garantire la sicurezza - fa eco Bortolotto -. Ma bisogna comunque che qualcuno

«Bisogna avvicinare il cliente in ottica consulenziale e spiegargli che non sempre il wireless è meglio del cablato. Dobbiamo spiegare le soluzioni, i vantaggi, i limiti e i pericoli»
(Francesco Bonati - Manet)

controlli. Per questo offriamo anche un servizio di monitoraggio, da remoto, delle reti. Certo è che, per le varie soluzioni da proporre, sarebbe utile per un dealer poter mostrare prima al cliente come funzionano. «Per questo siamo sempre a disposizione - risponde prontamente Ardemagni -. Su alcuni prodotti c'è la possibilità di verificare in pratica le funzionalità. A questo scopo abbiamo anche intenzione di aprire a Milano un laboratorio per simulare le situazioni possibili con le nostre tecnologie». «Se i dealer sono interessati - conclude Bonacina - possono avere prodotti demo a condizioni particolarmente agevolate». □



Chi è Manet (già Sisman)

Sisman è un'azienda di Gormano, in provincia di Milano, la cui maggioranza è recentemente passata in mano a Manet Srl, partner storico di Siemens. Sisman si occupa, all'interno della nuova realtà creata, di tutta l'offerta di soluzioni sistemistiche e di sicurezza. Si rivolge prevalentemente a banche o, in genere, ad aziende dislocate su più sedi, dai 500 ai 1.000 dipendenti. Manet, complessivamente, ha fatturato 7 milioni di euro nel 2007.