

# CARN

ANNO VII - N. 115  
GENNAIO 2007  
€ 2,60

La Rivista dei Rivenditori di Information Technology

www.channelonline.it

> tavola rotonda p 18

## 2007: le prospettive per il canale



Fujitsu-Siemens Computers, Lexmark, Microsoft, Symantec, Toshiba Computer Systems Division e il canale (Datamatic, Esprinet, Ingram Micro e Tech Data) si confrontano sui diversi scenari di business

> sullo scaffale p 60

### Il monitor è solo Lcd

Tra luglio 2005 e giugno 2006 in Italia sono stati venduti più di un milione e 300mila monitor Lcd su un mercato che nella sua totalità contava 1.400.000 unità



> intervista p 52

### Il "bufalo giallo" sbarca in Italia

A Milano la sede italiana di Buffalo Technology. Con Nino Patanè, Responsabile per il mercato italiano e Kevin Vinie, per l'Europa, parliamo della nuova strategia



> in primo piano p 28

### Computer Var traccia la rotta

'Verticalizzazione' e 'segmentazione' nell'approccio al cliente sono le parole d'ordine del distributore ai propri partner





# Il "bufalo giallo" sbarca in Italia

Apri a Milano la sede italiana della società di informatica giapponese Buffalo Technology. Per conoscere obiettivi e linee di prodotti abbiamo intervistato il Responsabile per l'Europa e quello per il nostro Paese

La società di informatica giapponese Buffalo Technology, uno dei più grandi produttori di soluzioni di wireless networking, storage e flash memory (penne Usb con memoria flash) per l'impiego domestico e in piccole realtà aziendali, è appena sbarcata in Italia ed ha aperto la sede italiana a Milano. Fondata nel 1975 in Giappone, è stato uno dei primi produttori di memorie per computer e conta oggi più di 800 impiegati in tutto il mondo, con un fatturato di oltre un miliardo di dollari. Forte di oltre tre decenni di esperienza in periferiche informatiche e apparecchiature di rete, Buffalo fornisce soluzioni innovative, mantenendo una leadership tecnologica che ha fruttato alla casa giapponese numerosi riconoscimenti internazionali per la facile implementazione, la robustezza e l'ottimo rapporto qualità/prezzo dei prodotti offerti.

Per saperne di più, abbiamo intervistato Kevin Vine, responsabile europeo, e Nino Patané, appena nominato responsabile per l'Italia.

Nino Patané, con una lunga esperienza nel campo It e networking, ha operato per molti anni in varie aziende come Da-

ta General, Dec, Xerox, US Robotics, 3Com, ed è attualmente anche presidente della società Trendeurope, che si occupa di marketing internazionale di prodotti informatici.

**CRN: Quali sono gli obiettivi e la "value proposition" di Buffalo?**

**Kevin Vine:** In Giappone Buffalo è il produttore leader di una completa gamma di periferiche per Pc (monitor, tastiere, dischi, masterizzatori, prodotti per networking e accessori) e dispone di una delle più avanzate tecnologie di produzione nel campo delle memorie a stato solido. Nei mercati internazionali Buffalo Technology si concentra su tre filoni di prodotti in rapida crescita: apparati per reti Wlan, dischi di rete e portable storage (dischi esterni Usb e flash memory su chiavetta Usb), che si rivolgono soprattutto ai mercati delle Pmi, Soho e consumer.

Poiché siamo nati nel mercato consumer, poniamo particolare attenzione all'usabilità dei nostri prodotti, ed è per questo che aderiamo al consorzio Dlna (Digital Living Network Alliance), che definisce le regole per realizzare reti cablate e wireless



Kevin Vine, Responsabile Europeo Buffalo Technology

basate su standard industriali aperti, in cui possono interoperare personal computer, prodotti dell'elettronica di consumo e apparecchi mobili, in un ambiente che consente di condividere new media, contenuti e servizi digitali. I nostri prodotti si distinguono soprattutto per la grande semplicità d'uso. Infatti nelle piccole aziende, negli studi professionali e nelle case, che costituiscono il nostro principale mercato di riferimento, normalmente non ci sono specialisti di informatica ed è quindi importante fornire prodotti facili da capire e capaci di autoconfigurarsi in modo intelligente.

Per esempio, poiché uno dei problemi più spinosi nell'installazione delle reti wireless è la configurazione della crittografia, di difficile comprensione per i non addetti ai lavori, abbiamo ideato il sistema Aoss (Airstation One-touch Secure System), che semplicemente premendo un bottone inizia un dialogo tra tutti i dispositivi wireless presenti in rete, determina i livelli di sicurezza disponibili (Wep, Wpa, Wpa2) e imposta automaticamente in tutta la rete il più alto livello di sicurezza gestibile da tutti i nodi. Tutti i prodotti escono dalle nostre fabbriche, collocate soprattutto in Giappone e in Cina.

**CRN: E le principali linee di prodotto?**

**K.V.:** Le tre principali aree di prodotto sono lo storage, sia Das (Directly Attached

## ANCHE DIGITS DISTRIBUISCE BUFFALO

Digits, distributore italiano radicato nelle regioni del centro-sud, ha raggiunto un accordo con Buffalo Technologies per la commercializzazione dei prodotti nel nostro Paese. Secondo un recente studio di Abi Research, Buffalo nel primo semestre 2006 ha raggiunto il 17% del mercato mondiale nell'ambito dei prodotti Nas di largo consumo. "Stiamo rivolgendo particolare attenzione al segmento storage, che si sta affermando come necessità primaria non solo per chi opera nel mondo It, ma per qualunque tipologia di azienda - ha dichiarato Enzo Cutrignelli, amministratore unico di Digits -. La professionalità e l'esperienza di Buffalo in questo settore rappresentano un importante ampliamento della nostra offerta...".

► CRN





Storage) che Nas (Network Attached Storage), i prodotti per wireless Lan e portable storage (memory stick e dischi Usb portatili). I nostri prodotti di network storage TeraStation arrivano a 2 Terabyte di capacità e comprendono due famiglie: TeraStation Pro, che si rivolge alle aziende, gestisce dischi ridondanti in mirroring o Raid 5, dispone di un'interfaccia di rete Ethernet Gigabit e include il supporto Active Directory Microsoft, server Web/Ftp e sistema di backup, mentre il modello home server si rivolge al mercato prosumer ed è dotato di software per Digital Home certificato Dlna. Poi abbiamo dischi esterni usb e firewire, alcuni dei quali in grado di eseguire il mirroring automatico dei dati.

Produciamo memory di stick di vario tipo (dai modelli consumer a quelli professionali), tra cui modelli molto sicuri e veloci, pensati per le grandi organizzazioni (protezione con password, crittografia e lettore di impronte digitali), che sono tra i più veloci del mondo e arrivano oggi fino a 16 Mb. Per quanto riguarda il wireless, siamo stati i primi a introdurre sul mercato i prodotti IEEE 802.11g. La nostra linea di prodotti permette di realizzare piccole e medie Wlan aderenti a tutti gli standard più comuni, compreso IEEE 802.11n ancora in fase completa definizione.

**CRN:** Come sono ripartite le quote di mercato, e quali sono i target di riferimento?

**K.V.:** Siamo al primo posto a livello mondiale nel mercato del Network Attached Storage per piccole aziende e mercato prosumer. Siamo al terzo o quarto posto come produttori di dischi Usb e di memory stick (memorie flash Usb). Storicamente,

## SECONDO LE ANALISI DI ABI RESEARCH BUFFALO AL PRIMO POSTO NEL MERCATO NAS

Secondo le analisi di Abi Research il conferimento al primato di Buffalo Technology nel mercato mondiale dei prodotti Nas (Network Attached Storage) di largo consumo per il primo semestre 2006 è stato decretato grazie al raggiungimento del 17 di quota di mercato. Uno studio precedente del Gruppo Npd aveva posizionato Buffalo alla guida del mercato Nas statunitense, l'attuale rapporto di Abi innalza la leadership dell'azienda a livello globale.

"La crescente popolarità dei dispositivi NAS tra i consumatori non ci sorprende, se si considera l'enorme quantità di contenuti digitali scaricati o salvati, immagazzinati e condivisi a casa o in piccole aziende. Certamente



comunque ci stupisce trovarci alla testa di questa rivoluzione", commenta Morikazu Sano, senior vice-president marketing di Buffalo Technology.

L'ultimo rapporto di Abi Research indica altresì che il mercato dello storage di rete di largo consumo crescerà, raggiungendo circa \$1.2 miliardi entro il 2011. "La nostra ricerca indica che i consumatori da un lato iniziano solo ora a capire cosa sia il Nas, dall'altro necessitano di un aiuto concreto per gestire e salvaguardare le loro collezioni di contenuti digitali", commenta Michael Wolf, direttore del settore 'digital home' di Abi Research.

La linea di dispositivi NAS pluripremiati di Buffalo include il TeraStation Home Server ed il LinkStation Home Server, che sono stati certificati secondo i criteri della Digital Living Network Alliance (DLNA) onde consentire agli utenti di accedere a video, foto, e musica immagazzinata sui dispositivi Home Server e trasmettere i contenuti multimediali e non ad una qualunque appliance digitale (televisione o dispositivo in rete) compatibili.

Il portafoglio prodotti Nas include altresì il LinkStation Network Storage Center, disponibile con capacità da 160 a 300 Gbyte.

Per home office o piccole aziende invece Buffalo Technology offre la TeraStation Pro, che integra il supporto di Active Directory e dischi fissi seriali ATA altamente affidabili. Le TeraStation Pro hanno capacità di 1 o 2 Tbyte.

► CRN

mente, Buffalo era molto focalizzata sul mercato consumer, ma ora con i nuovi prodotti Nas ad alte prestazioni siamo entrati in modo deciso anche nel mercato delle Pmi. I nostri mercati di riferimento in Europa e in Italia sono utenza residenziale, Soho e Pmi.

**CRN:** I vostri principali concorrenti?

**Nino Patané:** Nel campo dei dischi fissi, Lacie, Maxtor e Western Digital. Per i memory stick, Keyston, SanDisk, Memorex e Verbatim. Nel networking, Netgear, US Robotics e D-Link, anche se noi ci concentriamo solo sui prodotti wireless. I nostri prodotti hanno un buon rapporto prezzo/prestazioni, ma non competono con i prodotti a basso costo "unbranded" provenienti dal far east, poiché teniamo alla qualità e alle prestazioni.

**CRN:** Prodotti, concorrenti: quali sono invece le vostre strategie per il canale?

**N.P.:** Le vendite sono tutte attraverso i canali indiretti, soprattutto tramite i distri-

butori e le catene retail e le vendite online. Siamo stati premiati più volte dai maggiori distributori di materiale It a livello mondiale, come Ingram Micro e Tech Data, per i nostri prodotti e le nostre politiche di canale.

**CRN:** E come pensate di muovervi nei prossimi mesi in Italia?

**N.P.:** Il nostro primo obiettivo è costruire velocemente il canale di distribuzione. Abbiamo già due distributori (Alias ed Executive), e stiamo lavorando agli accordi con reseller online e catene retail.

Il supporto è già funzionante: esiste una hot line in italiano per assistere i clienti italiani ed è in corso anche la localizzazione in italiano del sito Internet [www.buffalo-technology.com](http://www.buffalo-technology.com)

Il nostro obiettivo per il 2007 è introdurre il nostro marchio e costruire la brand awareness investendo sulla comunicazione, e acquisire le prime quote di mercato nelle nostre tre aree di riferimento: wireless Lan, dischi di rete e portable storage.

► Giancarlo Magnaghi



Nino Patané, appena nominato Responsabile per l'Italia