

In dieci anni di vita la società californiana Netgear ha consegnato 17 milioni di prodotti ed è stata più volte inclusa nell'elenco delle cento aziende a più rapida crescita negli Stati Uniti. A Natale Lavorato, responsabile della filiale italiana, abbiamo chiesto un profilo aggiornato della società.

Il networking facile, facile

di Giancarlo Magnaghi

Fondata nel gennaio 1996 a Santa Clara in California come consociata di Bay Networks per fornire soluzioni di networking per lo small business e per le case, Netgear è diventata una società indipendente nel 2002 e ha appena concluso il suo primo decennio di vita, durante il quale ha consegnato oltre 17 milioni di prodotti ed è cresciuta rapidamente grazie alla coerente strategia di sviluppo voluta dal presidente Patrick Lo, ex manager di Bay Networks e fondatore della società. Il fatturato a fine 2006 dovrebbe essere dell'ordine dei 550 milioni di dollari, superando di un centinaio di milioni il fatturato del 2005 (circa 450 milioni di dollari). Come riconoscimento dei risultati raggiunti, Patrick Lo è stato nominato "Entrepreneur of the Year 2006" per la California da Ernst&Young. Inoltre Netgear è stata ripetutamente inclusa da BusinessWeek nella classifica "Hot Growth 100", l'elenco delle 100 aziende a più rapida crescita degli Stati Uniti.

I prodotti della società di Santa Clara comprendono switch e schede Ethernet, router, gateway firewall e Vpn per Internet, print server, prodotti wireless Wi-Fi, prodotti per telefonia Ip, prodotti per collegamento Ethernet powerline su

impianti elettrici, dischi di rete e prodotti di rete vari, sia professionali che di intrattenimento. Per avere un profilo aggiornato della società abbiamo intervistato **Natale Lavorato**, che ha aperto cinque anni fa la filiale italiana ed è tuttora responsabile per l'Italia.

Qual è la missione di Netgear?

Netgear è un'azienda che progetta sviluppa e commercializza prodotti di networking con tecnologia avanzata e si propone di essere il fornitore di riferimento per le soluzioni di networking innovative per tutti i clienti del mercato small business e residenziale.

Qual è la vostra Value Proposition?

Quali le specificità e i prodotti di punta?

L'azienda realizza prodotti di networking che hanno la caratteristica di essere facili da utilizzare, di alta qualità, affidabili, performanti e adatti alle esi-



"Il nostro Skype phone - afferma Lavorato - consente a chiunque disponga di una normale linea Adsl con abbonamento flat di comunicare in modo gratuito tra le varie sedi aziendali e con tutti gli utenti di Skype, e di telefonare all'esterno utilizzando le convenienti tariffe dei contratti Skype Out, senza bisogno del Pc. Inoltre, poiché si tratta di un telefono WiFi, funziona ovunque un utente abbia la possibilità di collegarsi a un access point Internet wireless: a casa, in ufficio, in albergo, o in qualsiasi hot-spot pubblico"

genze del target small business e home. Netgear annovera nel proprio listino un centinaio di prodotti che consentono agli utenti di condividere gli accessi a Internet, alle periferiche, ai file, ai vari archivi multimediali e alle applicazioni che si interpongono tra i Pc e la rete. Per esempio, siamo stati i primi ad annunciare un telefono Skype, che contiene il client Skype e consente di realizzare soluzioni Voip per il mercato small business: questo è un esempio classico di come Netgear prende una tecnologia, la studia ed elabora prodotti utilizzabili da utenti non specialisti di networking. Il nostro Skype phone consente a chiunque disponga di una normale li-

nea Adsl con abbonamento flat di comunicare in modo gratuito tra le varie sedi aziendali e con tutti gli utenti di Skype, e di telefonare all'esterno utilizzando le convenienti tariffe dei contratti Skype Out, senza bisogno del Pc. Inoltre, poiché si tratta di un telefono WiFi, funziona ovunque un utente abbia la possibilità di collegarsi a un access point Internet wireless: a casa, in ufficio, in albergo, o in qualsiasi hotspot pubblico.

Quali sono le principali linee di prodotto?

I prodotti sono raggruppati in tre segmenti principali: Ethernet networking, broadband e security, wireless networking, che coprono tutte le principali necessità delle reti interne sia cablate che wireless e della connettività delle Pmi, dell'utenza Soho e delle abitazioni. Per esempio, gli switch Ethernet della linea Smart Switch, sono ottimizzati per soddisfare le esigenze delle reti delle Pmi e di altre organizzazioni piccole e medie, come comuni e scuole, poiché sono pensati per consentire l'introduzione semplificata di access point per la copertura wireless e i telefoni Ip. Offriamo uno switch di livello 2 gestibile, dotato anche delle funzioni di livello 3 che servono per gestire la qualità del servizio e garantire il buon funzionamento dei telefoni Ip, con 48 porte 10/100 Mbps, di cui la metà con alimentazione PoE (Power over Ethernet) e uplink a 1 Gbps in rame o fibra, che consentono di collegare una ventina di utenti dotati di Pc e di telefono Ip, stampanti di rete e access point Wi-Fi, alimentan-

do telefoni Ip e access point attraverso il cablaggio Ethernet. Questo prodotto ha un rapporto prezzo/prestazioni inimitabile per questo tipo di applicazioni, consente di risparmiare anche oltre il 40% rispetto agli switch L3 completi, ed è molto apprezzato nelle Pmi, nei piccoli comuni e nelle filiali delle banche.

Abbiamo anche adattatori Ethernet powerline, che consentono di utilizzare l'impianto elettrico per collegare Pc e altri apparati con velocità fino a 200 Mbps, sfruttando le tecnologie di trasmissione a onde convogliate. Con i nostri prodotti si possono quindi risolvere tutti i problemi di networking di realtà piccole e medie, anche nelle condizioni ambientali più difficili, utilizzando tutte le tecnologie disponibili allo stato dell'arte.

Che quote di mercato detenete?

Le quote di mercato sono in aumento e ci posizionano ai primi posti nel mercato mondiale del networking. Quest'anno Netgear ha realizzato nei primi tre trimestri un fatturato di 409 milioni di dollari, pari a una crescita del 25% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. In particolare, in Europa e in Italia abbiamo avuto una crescita rilevante.

Clienti target, concorrenti, canali di vendita ...

Come già anticipato, i clienti tar-

get sono quelli della piccola e media impresa e home, per cui i prodotti Netgear sono pensati per consentire loro di risparmiare sugli investimenti e sui costi di gestione. Ma i nostri prodotti sono apprezzati anche nella pubblica amministrazione locale, nelle scuole e nelle sedi

distaccate delle medie aziende.

Con le nostre reti riusciamo a coprire in modo soddisfacente fino a 250-500 utenti.

I concorrenti variano in funzione dei segmenti di mercato. Nell'area dello small business abbiamo principalmente 3Com, Allied Telesys, D-Link e Hp, mentre in ambito home ci sono altri player, come US Robotics e Digicom. I principali canali di vendita sono rivenditori e Var per il mercato small business; vendite on line e la grande distribuzione per il mercato residenziale.

Come siete organizzati a livello italiano, europeo e mondiale?

Il quartier generale di Netgear è a Santa Clara (California) e le fabbriche sono principalmente in Cina.

Netgear ha una copertura mondiale molto ampia ed è presente nei principali Paesi del mondo. Per quanto riguarda l'Europa, c'è un quartier generale a Cork, in Irlanda, con uffici nelle varie nazioni europee, compresi molti paesi dell'Europa dell'est.

Negli uffici italiani, a Milano, operano professionisti di vendita e di marketing e il supporto tecnico. A livello mondiale Netgear ha oltre 350 dipendenti, di cui un centinaio in Europa e cinque in Italia.



NATALE LAVORATO, responsabile della filiale italiana di Netgear

