

IBM porta lo storage nelle PMI



STEFANO GAMBONI
MANAGER OF SYSTEM STORAGE,
IBM ITALIA

SINERGIE INTERNE, PRODOTTI E SOLUZIONI PER LE PICCOLE E MEDIE IMPRESE SONO LE CHIAVI CHE CARATTERIZZANO L'IMPEGNO DI IBM NELLO STORAGE.

IBM ha superato HP nel mercato mondiale dei sistemi di storage su disco esterno. Lo afferma la società di ricerche IDC a fronte dei consuntivi sulle vendite 2006, che vedono IBM in testa con una quota del 15,1%, contro il 14,3% di HP. Un exploit che ha avuto il picco nell'ultimo trimestre (la quota IBM è pari al 18,6%) e che ha fatto di Big Blue, nello specifico mercato, la realtà che è cresciuta di più sui primi cinque fornitori: Dell, EMC, HP e Hitachi. Un dato che ha avuto un riscontro ancor più significativo sul mercato italiano, dove IBM si è attestata su una quota del 25,9%, con una crescita del 6,8%. Per sapere cosa c'è all'origine di questo risultato e capire come IBM sta cambiando approccio verso le aziende italiane, abbiamo intervistato Stefano Gamboni, Manager of System Storage di IBM Italia.

I dati IDC risultano sorprendenti in un mercato storage che a livello generale è rimasto stabile nel 2006. Quali fattori hanno inciso positivamente per IBM?

IBM si è distinta con l'introduzione di nuovi prodotti, per esempio, in fascia alta sia con gli external disc DS8000 Turbo, annunciati lo scorso settembre, sia con i sistemi a nastro basati sulla virtualizzazione TS7500.

Macchine queste ultime pensate per operare in contesti avanzati di grid 'multi location', adatte quindi ad esigenze di alta disponibilità su due o tre siti. C'è stato poi un rinnovamento dei prodotti midrange con

i sistemi DS4000-4700 annunciati a giugno e infine con la nuova famiglia entry level DS3000 di cui sono iniziate ora le consegne. Questi ultimi sistemi sono importanti per la PMI, rendendo accessibili funzionalità software di flash copy, volume copy e global mirroring per applicazioni di disaster recovery. Ha certamente avuto un ruolo il software come San Volume Controller (SVC) che, tramite la virtualizzazione, consente di ridurre i costi, migliorare l'utilizzo degli spazi e la gestione.

Nello scorso anno abbiamo rilasciato anche un sistema di crittografia su tape che comprende anche metodologia e software per la gestione delle chiavi e della conformità agli standard di sicurezza. Molti clienti, non solo tra le grandi aziende ci hanno dato fiducia affidandoci progetti nel campo dell'affidabilità, consolidamento e riduzione dei costi.

Al di là dei prodotti cosa è stato fatto a livello dell'organizzazione?

Sono cambiate molte cose da quando, due anni fa, ho assunto l'attuale responsabilità per l'area storage. IBM ha deciso che questo era un settore in cui puntare e creare i presupposti per sviluppare sinergie interne capaci di valorizzare le risorse hardware, software e servizi per questo mercato. Ho avuto l'incarico di creare il team che ha messo insieme le differenti competenze dell'azienda al fine di produrre soluzioni specifiche per la clientela. Un impegno che ha dato i suoi frutti nei progetti di aggiornamento e alla affidabilità per clienti come Monte Paschi, BNL, aziende del settore moda, ma anche piccole imprese con stabilimenti all'estero.

Qual è la logica con cui IBM collabora con altri vendor per lo sviluppo di soluzioni?

Innanzitutto si collabora per la creazione di standard aperti. IBM fa parte dell'associazione di costruttori SNIA a cui aderiscono i nostri partner tecnologici Brocade, Cisco e NetApp. Collaboriamo per creare soluzioni che includano il software in contesti eterogenei in cui è il cliente che, volta a volta, decide cosa inserire. Il nostro software si è recentemente arricchito di nuovi tool mediante acquisizioni. Per esempio, con Softek Storage Solution abbiamo ag-

giunto tool per la data migration da ambienti eterogenei. Sappiamo che gli utenti hanno dati che devono essere conservati per tempi che sono superiori al ciclo di vita dei sistemi di memorizzazione, per questo riteniamo che la data migration sia una risorsa d'uso tutt'altro che incidentale.

Fornire storage e soluzioni comporta nuove competenze a livello del canale. Che azioni avete intrapreso con i vostri partner?

È il canale che lavora con il 99% del mercato small business ed è qui che abbiamo maggiormente investito. Abbiamo puntato sulla formazione e condivisione di soluzioni e formule efficaci di integrazione. Il business partner sviluppa in proprio l'offerta e coinvolge IBM quando ha necessità di competenze specialistiche. Abbiamo fatto un grosso lavoro intorno per consentire l'accesso alle nostre fabbriche e ai laboratori.

Si sono aperti a clienti e partner i centri IBM di Tucson (USA), Mainz e Montpellier per l'Europa. Abbiamo creato un programma di certificazioni a più livelli. Chiediamo ai partner di investire nello sviluppo delle competenze condividendo alcuni costi. Vediamo oggi molto interesse anche da parte di operatori che lavorano sui server base xSeries. L'arrivo in queste settimane dei sistemi DS3000, che si collocano nella fascia di prezzo dei 4-8 mila euro, daranno a molte realtà l'opportunità di affacciarsi al mondo storage con componenti a basso costo e capacità avanzate.

Gli analisti indicano che il nuovo CIO dovrà prendere più responsabilità sull'informazione e sui processi aziendali. Qual è la sua opinione?

La storia presenta spesso corsi e ricorsi. Vent'anni fa l'IT si occupava di organizzazione e di automazione dei processi, poi c'è stato un ripensamento quando gli investimenti non hanno prodotto i vantaggi sperati. Oggi il nostro presidente Andrea Pontremoli è chiamato da Confindustria a portare avanti proposte legate all'innovazione nelle imprese italiane. Nei rapporti con i CIO abbiamo la percezione che il loro ruolo in azienda sia ritornato strategico. Non solo per abbattere i costi e automatizzare l'IT, ma per incrementare lo sviluppo del business aziendale grazie anche alle nuove tecnologie. I CIO influenzano le scelte strategiche aziendali e sono anche i nostri migliori sponsor. Riteniamo che abbiano bisogno di risposte puntuali sui temi della protezione dati, prestazioni, availability, scalabilità, flessibilità e facilità gestionale.

Ci sono ancora ostacoli culturali da parte degli



**IBM SYSTEM
STORAGE
DS3000 SERIES**

Utenti rispetto all'adozione di strumenti avanzati di storage?

Sentiamo di avere una forte responsabilità nel rendere le tecnologie più semplici da utilizzare. Per esempio, ritengo che la virtualizzazione dello storage costituisca una grande opportunità in Italia, malgrado sia il Nord Europa ad essere molto più avanti nell'utilizzo. C'è un problema culturale: virtualizzare i dati è concettualmente più difficile da accettare rispetto alla virtualizzazione dell'elaborazione. C'è l'idea che questo significhi perdere il controllo e stiamo quindi lavorando per far comprendere i benefici. Faccio un esempio. Virtualizzare lo storage a 360 gradi è una bella idea, ma troppo radicale per molte realtà. Cerchiamo allora di mostrare come questa tecnologia possa semplificare la vita per fornire spazio disco gratis, ottimizzare la gestione, permettere la manutenzione a caldo senza fermi macchina. Tutte cose che alla fine fanno risparmiare. Questo approccio funziona con le realtà della piccola e media impresa.

Cosa ritiene caratterizzi maggiormente l'offerta storage di IBM?

I nostri sistemi di storage si basano su hardware ad alte prestazioni costruiti attorno alle stesse componenti che equipaggiano i nostri server. Questo significa per i clienti poter ottenere vantaggi dalla ricerca e dalle evoluzioni che riguardano le architetture di sistema e processore.

Chi usa mainframe o sistemi midrange sa che lo storage potrà seguire l'evoluzione dei server e quindi godere di una elevata integrazione, anche a livello della gestione e degli automatismi che garantiscono continuità dei servizi e di disponibilità dei dati.

Le nostre soluzioni storage capitalizzano l'esperienza di IBM nelle infrastrutture, nella virtualizzazione, nell'automazione, fino alla business continuity. Abbiamo componenti con diversa tecnologia, disco e tape, che danno ai clienti l'opportunità di creare infrastrutture di gestione dati con la logica di information lifecycle management. Rispetto ad alcuni concorrenti non dobbiamo condizionare le scelte del cliente alle tipologie di media che abbiamo in casa. Per esempio, noi continuiamo a credere nei nastri, che sono utilizzati da oltre il 60% dei nostri clienti per scopi di data retention ed archiviazione. Il tape è un mercato più vivo che mai e in cui siamo leader. Questo non ci impedisce, come mostrano i dati IDC, di sfidare gli altri costruttori anche sul fronte dei dischi. ■