

## CA rafforza l'impegno nello storage



**ANDERS LOFGREN**  
SENIOR VICE PRESIDENT  
PER LO STORAGE  
MANAGEMENT, CA

Rafforzare l'offerta nel mid-market per tutte le soluzioni di tutela dei dati. Questo è oggi l'impegno di CA che, durante l'ultimo evento CA World di Las Vegas, ha annunciato tra le altre cose, la creazione della nuova business unit Mid-Market and Storage dedicata a questa fascia di utenza professionale. Forte della propria esperienza nel mercato delle soluzioni per grandi imprese, nelle tecnologie per management e governance dell'IT, CA riconosce l'importanza di ampliare mercato e prodotti per una fascia di utenti che varrebbe, secondo le stime degli analisti, 10 miliardi di dollari su scala mondiale. Un mercato in cui CA intende operare con l'organizzazione più adatta, attraverso il canale indiretto e quindi supportando adeguatamente rivenditori e partner. Oggi l'azienda americana si muove su quattro aree che riguardano: recovery management (data protection, replication, backup/recovery), resource management (che comprende la gestione di infra-

strutture), information management (e-mail archiving, record management) e gestione dello storage su mainframe. Ma qual è esattamente l'impegno di CA nell'ambitostorage? "L'attuale focalizzazione è oggi nell'information e recovery management - ci spiega Anders Lofgren, Senior Vice President per lo storage management di CA -, le aree in cui riteniamo di avere solide basi per sostenere lo sviluppo futuro". Le direzioni? "Pensiamo che la natura della tutela dei dati sia cambiata rispetto i concetti di backup/recovery del passato. Con l'acquisizione di Exosoft, avvenuta l'anno scorso, abbiamo tecnologia di 'continuous data protection, replicazione e failover con cui arricchire ARCserve. Vogliamo dare ai nostri clienti i mezzi per gestire, con una sola interfaccia e un solo sistema di policy, la tutela dei dati. Un sistema dal quale si possa operare regolando i due fondamentali fattori che sono i tempi accettabili per il restore e l'importanza dei dati". ■

## Il recupero dei dati per Kroll Ontrack



**PAOLO SALIN**  
COUNTRY MANAGER,  
KROLL ONTRACK ITALIA

Prima o poi succede. Il disco del portatile o del desktop, la chiavetta USB, il controller RAID che si ritenevano a prova di bomba. Tutto può guastarsi e causare perdite di dati. Ma, come recita la legge di Murphy, questo tenderà fatalmente ad accadere in un momento critico di lavoro e nell'unica area dati prima di backup. È allora ecco che diventa importante il 'recupero dati': un settore in grande sviluppo, a dispetto del parallelo sviluppo di sistemi più sicuri e strategie per la tutela dei dati.

Kroll Ontrack, che opera da molto tempo in questo settore (con offerte anche nell'ambito della computer forensic, cancellazione/conversione dati, e-mail recovery) ha chiuso l'anno fiscale 2006 con un fatturato pari a 979 milioni di dollari, realizzando ben 50 mila recuperi per ben 4 milioni di GB (quattro volte le quantità di dati 2005). In Italia, il fatturato della filiale è cresciuto, secondo un comunicato,

di oltre il 20% nel 2006, anche se, secondo Paolo Salin, Country Manager di Kroll Ontrack, in questo mercato emergente annegano non solo false certezze della tecnologia, ma anche le best practice del mercato informatico. "È un'area in cui dilagano molti sedicenti esperti e metodi artigianali, che spesso non fanno che rendere definitiva la perdita dei dati dai supporti danneggiati o, peggio ancora, non tengono conto della riservatezza dei contenuti". Le situazioni tipiche del recupero riguardano i danneggiamenti fisici dei dischi, come quelli conseguenti a usura o alla caduta di portatili. Per questo Kroll Ontrack ha un proprio laboratorio a Boeblingen (Germania) per tutta Europa. Problemi di tipo logico, come nel caso di alterazioni dei file systems o del software, possono essere risolti remotamente dagli esperti della società attraverso tool di diagnosi e correzione appositamente sviluppati. ■

## Continua la crescita di Brocade

A pochi mesi dall'acquisizione di McData, Brocade, rivela i piani aziendali per diventare in 3 anni **una realtà da 4 miliardi di dollari**.

Gli analisti continuano ad alternare le voci di un sorpasso, in termini di market share, avvenuto prima per Brocade poi per Cisco nel settore delle infrastrutture di Storage Area Network. Di certo Brocade ha comunicato che nel 2006 ha totalizzato il più alto tasso di crescita tra tutti i vendor di soluzioni in ambito SAN. Inoltre l'azienda può contare anche sul nuovo mercato delle FAN (File Area Network), settore nel quale si è inserita negli ultimi mesi grazie all'acquisizione di NuView e che le consente di integrare nelle sue soluzioni un importante tool software FAN per l'organizzazione di dati non strutturati. Per parlare dell'offerta FAN e dell'andamento del mercato la redazione ha incontrato Ian Whiting, Vice President of Worldwide Sales and Services di

Brocade. "Il 55% delle vendite viene realizzato al di fuori degli Stati Uniti, - ci racconta Whiting - grazie principalmente all'operato degli OEM che rappresenta quindi il core business dell'azienda contribuendo con oltre il 70% del fatturato. Sono infatti estremamente importanti le partnership di tipo OEM con vendor come IBM, HP, NetApp e Sun - conclude". Anche il modello di business di Cisco è orientato alla vendita indiretta sfruttando allo stesso modo le collaborazioni con gli OEM pur concentrandosi sulla fascia più alta delle soluzioni, mentre Brocade copre l'intera gamma di esigenze dalla PMI a quella Enterprise. Ma le grosse aspettative di risultati l'azienda non li prevede unicamente nelle soluzioni in ambiente SAN bensì anche nella fornitura di servizi ad alte performance per i Data Center, che riuscirà a veicolare sempre attraverso il modello di vendita dei Partner OEM. ■



IAN WHITING  
VICE PRESIDENT  
OF WORLDWIDE  
SALES AND SERVICES,  
BROCADE

## Leadership di IBM nei nastri e annuncio di nuove unità basate su LTO 4

Una ricerca di IDC conferma che IBM è stata ancora una volta il fornitore numero uno di prodotti su nastro a livello mondiale in termini di fatturato e per l'11° trimestre consecutivo. Il rapporto infatti ha indicato che, per il quarto trimestre del 2006, IBM ha aumentato il fatturato totale dei prodotti su nastro a livello mondiale del 5 per cento, trimestre su trimestre, per chiudere l'anno con una **quota globale di mercato pari al 33 per cento**.

"IBM ha una tradizione di innovazione e leadership nello storage su nastro, avendo creato la tecnologia e lanciato il mercato più di 50 anni fa", - ha affermato Stefano Gamboni, Manager of System Storage, IBM Italia -. E l'innovazione di IBM continua con l'introduzione di nuovi prodotti, per il mercato midrange ed enterprise, incluse le funzionalità di virtualizzazione, che offrono una maggiore densità di dati e di capacità".

IBM ha inoltre annunciato le nuove soluzioni di tape storage basate sullo standard LTO Generation 4, offrendo nuovi livelli di capacità, performance, e funzionalità, con modalità particolari di definizione di prezzi per i clienti di medie dimensioni. Le nuove unità nastro di IBM offrono prestazioni migliorate fino a 240MB al secondo di velocità trasferimento dati, il che significa una velocità maggiore del 50% rispetto a LTO Generation 3, e migliorata capacità cartucce fino a 1.6TB, il doppio della capacità di LTO 3. Rispetto a LTO3 queste nuove unità nastro offrono inoltre migliorate funzioni di gestione, fabbisogno di spazio ridotto, migliorato consolidamento storage e migliorato utilizzo delle librerie nastri. L'unità nastro LTO 4 di IBM con tape encryption aiuta inoltre a indirizzare le necessità di sicurezza dati con crittografia integrata nelle unità nastro per elevate performance di backup. ■



STEFANO GAMBONI  
MANAGER  
OF SYSTEM STORAGE,  
IBM ITALIA