

Circuits

Il primo giornale delle tecnologie vincenti

■ **Sicurezza** L'azienda di intimo ha adottato una soluzione completa di Sophos per tenere lontani virus e posta elettronica indesiderata

Una Perla da proteggere

di **Andrea Secchi**

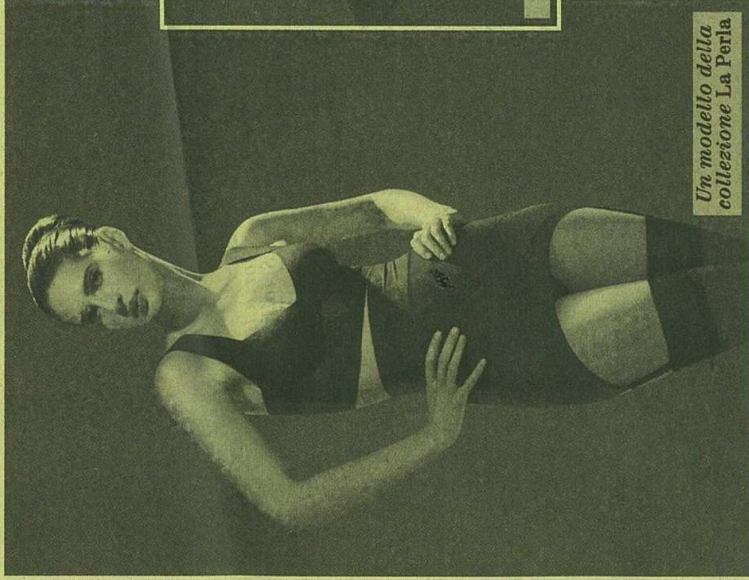
Il primo obiettivo, quando si adotta una soluzione antivirus o antispam, è stare sicuri. La Perla, però, è anche tranquilla dopo aver cambiato il software che governa i contenuti raggiungibili sul web dai propri dipendenti, lo scudo per le minacce esterne da virus e malware e il filtro che tiene lontana la posta indesiderata. Ora infatti la società non si occupa più della loro manutenzione o aggiornamento, se non marginalmente. «È una soluzione che si dimentica abbastanza facilmente. Tutti gli aggiornamenti sono in automatico», ha raccontato Mauro Ruscelli, responsabile dell'infrastruttura e della sicurezza It di La Perla, la società proprietaria dell'omonimo marchio di intimo e costumi da mare. Ovviamente non si tratta del vantaggio principale, perché ora la banda aziendale non è occupata da traffico email inutile, così come non si hanno blocchi dovuti alla stessa soluzione di content filtering come avveniva in passato.

Il fornitore è Sophos, di cui La Perla ha adottato la Complete Security Suite, che integra in un'unica soluzione diverse funzionalità per la protezione dei dispositivi e delle reti eliminando, secondo quanto afferma la società, oltre il 99% dello spam e mettendosi al riparo

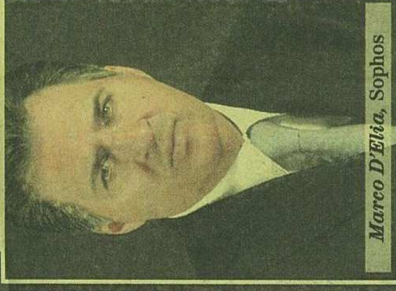
da attacchi di phishing con la tecnologia Sender Genotype e gli aggiornamenti di Live Anti-Spam in tempo reale.

«Avevamo già un prodotto antivirus, antispam e content filtering», ha proseguito Ruscelli, «d'altronde è impossibile per un'azienda lavorare senza soluzioni di

questo tipo. Però non eravamo particolarmente soddisfatti: in qualche occasione il sistema aveva addirittura bloccato la navigazione aziendale. Un grosso problema per tutti, specialmente per gli uffici media e comunicazione. Nonostante l'antispam di un altro fornitore continuavamo, inoltre, ad avere posta indesiderata. Sophos ci ha offerto di sostituire tutti e tre i prodotti e la nuova soluzione è andata online in pochissimo senza problemi».



Un modello della collezione La Perla



Marco D'Elia, Sophos

La Perla ha 500 licenze dei diversi prodotti Sophos (PurMessage per Lotus Domino è quello per la posta elettronica), da poco è scaduto il contratto triennale ed è stato rinnovato per altri tre anni,

un periodo molto lungo per l'it, che consente di avere un maggiore sconto rispetto al contratto annuale a patto, naturalmente, che l'azienda sia sicura di trovarsi bene con una determinata soluzione, come in questo caso.

I passi avanti che sono stati fatti nel frattempo riguardano la protezione dei dispositivi mobili, tablet o smartphone: «Si tratti di dispositivi personali o meno, occorre infatti prevedere soluzioni che si prendano carico anche di questi device», ha spiegato il manager. I portatili in uso ai dipendenti sono ora protetti da Sophos anche quando si trovano su reti diverse da quella aziendale, come in casa o in albergo. Antivirus e content filtering impediscono infatti di portare all'interno dell'azienda minacce alla sicurezza.

«Il nostro sistema antispam funziona con una logica cloud (in questo caso la Nuvola italiana di Telecom Italia, ndr). Ciò significa che la posta indesiderata non arriva nemmeno nella nostra rete», ha concluso Ruscelli, «aumentando così immediatamente la banda a nostra disposizione».

«Quello della sicurezza è uno dei pochi mercati che ha un trend di crescita», ha affermato Marco D'Elia, country manager Italia di Sophos, «non è solo un discorso di antivirus. In un mondo in cui il pc e il server sono solo una piccola parte di un'infrastruttura di comunicazione, qualsiasi tipo di azienda avverte la necessità di proteggere le proprie informazioni, specialmente le imprese che fanno business online». Oltre agli ambiti tradizionali della sicurezza, visti con il caso di La Perla, Sophos ha altre due aree relativamente nuove. Quella della cifratura, innanzitutto, applicabile all'archiviazione nei diversi mezzi, compreso il cloud: il destinatario di un messaggio email, per esempio, non ha necessità di nessun software di decodifica e non si accorge nemmeno che in origine la posta è stata protetta. Altra area è quella che si è aggiunta con l'ultima acquisizione, Astaro, una società specializzata nella protezione di reti aziendali. Grazie a questa tecnologia, un cliente di Sophos può scegliere la suite classica oppure decidere di dotarsi di un Utm, un dispositivo hardware (in precedenza nel catalogo Astaro) che ha al suo interno tutto ciò che serve per una protezione completa, dal firewall alla network security. (riproduzione riservata)

Recensioni a pagamento sui social media

di **Maria Monni**

Gli utenti sono sempre più coinvolti nei social media e le aziende fanno di tutto per conquistarli, arrivando anche a pagare per la pubblicazione di recensioni e opinioni positive sui propri prodotti. Secondo la società di ricerche Gartner, entro il 2014 una quota fra il 10 e il 15% di tutte le recensioni nel social network e negli altri mezzi che sfruttano la partecipazione e i collegamenti fra le persone sarà pagata dai marchi. È vero però che l'attenzione dei media in generale sui falsi sarà talmente alta che gli analisti prevedono un aumento dei casi trattati davanti alla Federal

trade commission, che si occupa di pubblicità ingannevole. Già nel 2009 la Ftc ha stabilito che una simile pratica è destinata a essere sanzionata.

Gartner però avverte che oltre alle sanzioni ci possono essere conseguenze sulla reputazione aziendale, così come sulla profittabilità a lungo termine. Non vale quindi la pena avere un vantaggio a breve se si rischia di essere scoperti e fronteggiare situazioni difficili. Gli analisti osservano per giunta che gli utenti non si fidano granché di ciò che trovano sul social network, e l'attenzione da parte delle autorità potrebbe avere un riflesso positivo in questo senso.

Circuits
Osservatorio
I numeri, i confronti,
le previsioni (e i passaggi)
che contano