

Informazioni su Kaspersky Lab Italia

Kaspersky Lab sviluppa e commercializza su scala mondiale soluzioni e servizi per la sicurezza. Posizionata tra i primi quattro produttori sul mercato mondiale, Kaspersky Lab è stata fondata in Russia nel 1997 da un team di specialisti guidati da Eugene Kaspersky, co-fondatore, Ceo dell'azienda e Chairman del gruppo. Presente in circa 200 paesi e territori in tutto il mondo Kaspersky Lab impiega più di 3000 specialisti e protegge dati e sistemi informatici di 400 milioni di persone e 270 mila aziende, forte del riconoscimento ottenuto nel comparto enterprise con l'inserimento tra i leader del "Gartner Magic Quadrant" per le piattaforme di protezione degli endpoint.

L'azienda in Italia

Kaspersky Lab Italia è stata fondata nel 2008 da Alexander Moiseev, oggi managing director Kaspersky Lab Europa. L'azienda impiega quaranta esperti operativi nelle due sedi di Roma e Milano. Il Managing Director Morten Lehn ha assunto questo ruolo a luglio 2014 dopo aver ricoperto l'incarico di Sales Director.

Oggi Kaspersky Lab Italia si posiziona a livello di gruppo come realtà con la maggiore crescita nell'ambito delle sei Nazioni europee in cui il brand Kaspersky è direttamente presente.

Sicurezza "su misura"

Negli anni di presenza di Kaspersky Lab in Italia le minacce informatiche hanno evidenziato un vertiginoso aumento degli attacchi mirati a obiettivi predeterminati e un'autentica esplosione di varianti di malware.

Kaspersky Lab risponde agli attacchi del cyber crime sviluppando il più avanzato engine di rilevamento antimalware esistente e mettendo in atto efficaci tecniche di prevenzione ("Automatic Exploit Prevention") contro le minacce ancora sconosciute. Con l'obiettivo di consentire una gestione ottimale della sicurezza del "digital lifestyle" e di infrastrutture aziendali sempre più orientate alla mobilità e alla personalizzazione dei device.

Le peculiarità del mercato nazionale

Il sesto anniversario dell'apertura degli uffici Kaspersky Lab in Italia coincide con un importante punto di svolta per un provider che in questo periodo è riuscito a consolidare una posizione di leadership nel segmento B2C, sia nei punti vendita tradizionali che negli scaffali delle più importanti realtà della Grande distribuzione specializzata (GDS) e Grande distribuzione organizzata (GDO). Kaspersky Lab Italia ha infatti inaugurato una nuova fase di espansione nei segmenti B2B, strutturandosi per rispondere in modo ancora più efficace sia

al fenomeno della dematerializzazione dei canali di vendita, sia alle stringenti necessità di sicurezza delle Pmi italiane, della clientela large account e della pubblica amministrazione.

Dopo la prima, storica collaborazione con il Ministero italiano degli Esteri, il progetto per la tutela informatica delle infrastrutture del Ministero della Difesa è oggi un fiore all'occhiello del brand Kaspersky in tutto il mondo. Attraverso i consueti canali distributivi e i principali operatori infrastrutturali, Kaspersky Lab Italia ha avviato un forte impulso alla verticalizzazione nei settori del fashion e delle banche.

I canali commerciali e i servizi al cliente

La strategia di go to market di Kaspersky Lab in Italia passa per la collaborazione con le maggiori insegne della grande distribuzione e della vendita ai segmenti prosumer e SoHo. Una qualificata rete di partner di canale specializzati in chiave territoriale e distrettuale sostiene le attività Kaspersky Lab nel B2B. I partner vengono affiancati da personale certificato e specializzato, sia nella fase di prevendita sia nella progettazione e implementazione delle soluzioni di sicurezza nei contesti enterprise.

La partnership con Ferrari

La grande passione del fondatore Eugene Kaspersky per l'automobilismo è sfociata in una lunga collaborazione tra Kaspersky Lab e la scuderia Ferrari, iniziata nel maggio 2010 come sponsor del team AF Corse che prendeva parte al campionato GT Le Mans Series e assumendo il ruolo di Fornitore della Scuderia Ferrari. Circa sei mesi più tardi Kaspersky Lab è divenuta Sponsor della Scuderia e il logo dell'azienda ha fatto la sua comparsa sulle vetture Ferrari di Formula 1.

Da aprile 2013 Kaspersky Lab è diventato provider per tutta la sicurezza informatica del gruppo Ferrari. Una sfida di notevole complessità, che Kaspersky Lab ha voluto raccogliere a testimonianza delle affinità che legano i due brand a una identica cultura di qualità e eccellenza tecnologica.