

**N**ON HANNO RIVALI: le software house italiane specializzate in gestionali d'impresa si spartiscono il mercato delle pmi e degli studi professionali lasciando solo le briciole ai big stranieri. Stimato sul miliardo di euro, il cosiddetto mercato italiano delle buste paga (ma con questi software si fa anche contabilità e vendite, gestione della supply chain e acquisti) interessa pochi e grandi player

Le pmi preferiscono le aziende italiane **specializzate in programmi gestionali**. Per ridurre i costi, generare business e aprire nuovi mercati.

Nomi e idee vincenti | **Andrea Nicoletti**

## Piccoli ma ricchi con il software



internazionali, Sap, Oracle e Microsoft, che possono contare su grandi commesse ma faticano a entrare nel segmento delle piccole e medie imprese, 250mila, senza contare le microaziende e oltre 400mila studi professionali. Qui infatti le applicazioni più diffuse sono quasi tutte made in Italy.

«È nei segmenti di mercato in cui i grandi vendor internazionali non riescono a scendere, per problemi di posizionamento, di struttura e quindi di prezzi, che ci sono le maggiori opportunità per le aziende italiane che producono software», conferma **Paolo Pasini**, professore e direttore sistemi informativi alla Sda Bocconi. Il mercato è frammentato ma non ancora saturo. «Interessante, quindi, per chi propone applicativi per la gestione di aziende o studi professionali», è la valutazione di **Claudio Rorato**, direttore ►►



**Daniele Lombardo**, direttore product marketing di TeamSystem.



**Angela Perego** della School of management Bocconi. Le illustrazioni in queste pagine sono tratte da: *Digitalizzare i processi aziendali. Stato dell'arte e innovazione delle soluzioni gestionali* (Sda Bocconi).



stem, che ne ha acquisito il 51% lasciando il fondatore al timone. Un altro Adamo, piattaforma gestionale in cloud creata da due giovani, **Riccardo Barbotti**, 27 anni, e **Davide Leoncino**, 28, è finanziata da I3P, l'incubatore tecnologico del Politecnico di Torino: è online da un anno e la usano già 2mila microaziende. Ancora: Studio Boost sta portando commercialisti e avvocati sul cloud; MyFoglio, neoimpresa italo-svizzera per emettere fatture digitali, è usata da 5mila professionisti in Italia e inserita da Microsoft fra le app del suo nuovo sistema operativo. «Le opportunità ci sono perché i bisogni delle aziende cambiano rapidamente e la domanda stimola l'offerta, favorendo le start-up», afferma il direttore product marketing di TeamSystem, **Daniele Lombardo**.

Ma le multinazionali, secondo Pasini della Bocconi, «stanno attaccando i vendor italiani sul terreno delle medie imprese con soluzioni riscaldate a livello funzionale, come Business One di Sap, o più snelle e adattabili, come Dynamics di Microsoft. Soprattutto con business partner molto vicini al territorio». Si può competere, allora, «con modelli innovativi, con operazioni di M&A mirate, per aumentare la base clienti o portare in casa tecnologie innovative. Poi con investimenti in ricerca e sviluppo, ma soprattutto con un nuovo modo di intendere questo settore dell'Ict: non si deve vendere solo tecnologia ma un pacchetto di servizi e di consulenza per sostenere e innovare processi e gestione delle imprese».

L'ottimismo si giustifica per un dato emerso da un campione di piccole e medie imprese durante una ricerca svolta da Sda e TeamSystem: «Mentre l'Italia è ancora nelle ultime posizioni quanto a e-commerce e cloud», dice **Angela Perego**, professoressa alla School of management della Bocconi, «le pmi intervistate hanno percentuali di digitalizzazione triple rispetto alla media italiana e paragonabili alla media europea. E, sebbene i valori assoluti siano ancora bassi, possiamo sperare in tassi di crescita interessanti nel prossimo triennio». Perché non si tratta solo di buste paga: i software gestionali cambiano il modo di lavorare, semplificano gli aspetti operativi, dalla contabilità al rapporto con i clienti, dalle vendite alla logistica. Obiettivi: ridurre i costi, generare business e aprire nuovi mercati. **C**

► dell'Osservatorio professionisti e innovazione digitale del Politecnico di Milano. «La domanda è alimentata anche dalla crescente digitalizzazione della pubblica amministrazione, dall'uso sempre più intenso di internet, dallo sviluppo di soluzioni mobile, solo per citare alcuni degli esempi più eclatanti», prosegue Rorato. «Pensiamo a ciò che ha significato l'obbligatorietà della fatturazione elettronica verso la Pa e cosa potrebbe significare l'estensione al mondo del b2b; e questo è solamente una porzione dell'impatto della digitalizzazione sia sulla domanda delle soluzioni, sia sull'offerta».

Secondo l'ultima rilevazione Istat, le piccole e medie imprese che usano applicazioni di Erp, acronimo inglese che traduce i nostri gestionali e buste paga, oggi

gliato e conta centinaia di piccole ditte attive su un mercato locale dove spesso sono i più piccoli quelli più conosciuti: Passpartout a San Marino e Ranocchi a Rimini, per esempio, hanno un approccio sartoriale e riscuotono successo. Sembra un mercato sovraffollato, eppure ci sono ancora ampi spazi di manovra. Per i gruppi internazionali la strategia prevalente è crescere per acquisizioni, come fece la multinazionale olandese Wolters Kluwer con l'italiana Osra, storica software house fin dagli anni 70. Altri stanno rivedendo il loro posizionamento e vendono: Ibm ha da poco ceduto la sua divisione gestionali a TeamSystem, italiana in mano a un fondo di private equity americano e prima per numero di clienti, oltre 200mila. Si cresce anche creando un network, come Zucchetti, per riunire

## Le pmi che usano applicazioni Erp sono oggi il 37%, erano il 10% nel 2009. E ci sono ampi margini di crescita

sono circa il 37%. Poche? Erano solo il 10% nel 2009, ma certo ci sono ampi margini di crescita. Chi trarrà maggiore vantaggio da questa spinta alla digitalizzazione? Sono svariate le software house a capitale interamente italiano in pole position: Zucchetti (articolo precedente) è la prima per fatturato con 368 milioni, il gruppo Sistemi di Enrico Eandi ne fattura 72, più o meno come la milanese Inaz, per citare i marchi più conosciuti. Sotto il panorama è frasta-

sotto un unico brand i marchi più piccoli. E c'è spazio anche per le matricole.

«Alcune start-up si sono distinte per capacità di cogliere l'attimo giusto», continua Rorato del Politecnico, «e sono in grado di intercettare tendenze e proporre soluzioni innovative o, comunque, in grado di soddisfare un bisogno emergente». Un caso significativo è Fatture in Cloud, start-up del 23enne bergamasco **Daniele Ratti**, comprata per un milione e mezzo da TeamSy-