

Produzione: le sorprese vengono dall'indotto Fiat

In un anno 170 installazioni per Make di **Dylog**

DI RUGGERO VOTA

Quando un anno fa **Dylog** decise di entrare nel mondo della gestione della produzione, furono in molti a reagire con un certo scetticismo per

un passo compiuto da un fornitore che fino a quel momento operava nel mercato gestionali con soluzioni per i commercialisti, per gli alberghi, per gli amministratori di con-

dominio oltre che per paghe e contributi. A un anno di distanza, invece, i risultati ottenuti da Make, questo il nome del pacchetto, sono lusinghieri e fanno tirare un sospiro di sollievo a chi ha creduto a questa operazione: "Da set-

tembre dell'anno scorso a fine giugno abbiamo realizzato 170 installazioni - spiega Luca Paolo Bertini, responsabile comunicazione della società -

Teniamo conto che inizialmente con Make ci siamo mossi nell'area di nostra origine, il Piemonte, che con la crisi Fiat ha dovuto fare i conti in modo pesante".

Può sembrare paradossale, ma la diffusione di Make ha registrato un buon successo proprio tra le aziende dell'indotto della casa automobilistica. Questa è la spiegazione che si è dato Bertini: "Siamo riusciti a realizzare una soluzione adatta per le aziende inferiori ai 15 dipendenti. Si pensi che l'offerta per questo mercato è per lo più fatta ancora da prodotti che risultano molto complessi per queste imprese e, anche, molto costosi". Un particolare questo che val la pena sottolineare, alla luce di quanto ci racconta il manager di Dylog: "In realtà molto piccole abbiamo trovato applicativi sviluppati da gran-

di multinazionali dei servizi IT fornitori di Fiat, con canoni annuali di manutenzione pari anche a 20.000 euro". Per la parte finale dell'anno le prospettive per Make sono ottimistiche, anche perché **Dylog** si aspetta che il lancio dei nuovi modelli Fiat (a partire dalla Grande Punto) generi un picco di lavoro per tutta l'industria automotive nazionale e conseguentemente anche per i suoi fornitori IT.

Le altre novità di **Dylog** parlano del lancio di tre prodotti nell'area delle autoscuole (**Dylog** Pratica, Patente e Revisione), figli delle acquisizioni di Dagep e Komec Informatica dell'anno scorso. La società sta inoltre pensando di potenziare la sua offerta nel settore della gestione documentale, dove può mettere in campo una tecnologia di acquisizione e compressione dati sviluppata in proprio. [cwi]



La campagna di lancio dei nuovi modelli Fiat, partita con l'annuncio della Grande Punto (in foto), dovrebbe generare un picco di lavoro per tutta l'industria

automotive italiana, e conseguentemente per i suoi fornitori IT