

Le acquisizioni aprono a **Dylog** nuovi mercati

La società esplora nuovi fronti commerciali per continuare a crescere

Con la strategia dei piccoli passi, la torinese **Dylog** (che da 25 anni opera nel software gestionale, in particolare per Pmi e professionisti) continua a crescere puntando sulle acquisizioni. Negli ultimi 15 mesi, la società ha acquisito 2 realtà, Dagep di Castelfranco Veneto e la Komec Informatica, di Torino, entrambe specializzate nel mercato dei software applicativi per le agenzie pratiche auto (circa 3.500) e le autoscuole (5.000), che già possedevano il 50% dell'intero settore. Sul fronte tradizionale, invece, quello della piccola e media impresa, la novità del 2005 riguarda «un arricchimento delle funzioni implementative di Make, la soluzione software specifica per le aziende che sviluppano cicli produttivi - ci spiega Paolo Bertini, responsabile marketing e comunicazione di **Dylog** - che abbiamo lanciato a fine 2004, del quale a fine giugno abbiamo effettuato 170 installazioni. Il mondo della produzione è particolare, in quanto il mercato è caratterizzato da mol-

te soluzioni sviluppate ad hoc da piccole società con le quali l'utente si trova invischiato in costosi contratti ventennali. Per quanto riguarda gli applicativi per le Pmi manifatturiere, come è il no-

stro Make, c'è ancora molto da fare in Italia, per cui noi ci presentiamo al cliente con la demo e le referenze di quanto abbiamo fatto».

Un altro nuovo prodotto di **Dylog** è Dinner, l'applicativo per la gestione del ristorante, un mondo fatto di 60.000 esercizi, di cui un quarto informa-

tizzato «ma nel quale c'è ancora spazio - ha osservato il manager - perché è legato ai concetti di 15 anni fa, quando c'era chi vendeva l'hardware e considerava il software un complemento, mentre oggi i mercati maturi hanno capito che è l'esatto opposto».

In quest'ottica, in alcuni casi **Dylog** si affianca a dei partner, per offrire un pacchetto completo, composto dalla sua soluzione software, dall'hardware costituito da touch screen e da stampanti fiscali Intercomp e terminalini Orderman, ma se il cliente lo desidera, offre anche solo il software.

Per quanto riguarda gli sviluppi futuri per gli end user, sul fronte prodotti, **Dylog** ha sviluppato un sistema nuovo di teleassistenza del software, mentre un'altra novità è un prodotto nuovo che si rivolgerà ai negozi di abbigliamento, chiamato OpenFashion.

Si tratta di un applicativo basato su una struttura client/server e supportato da database che, secondo Bertini, consente una gestione globale delle problematiche aziendali del settore. ■■

Nel paniere anche Buffetti

Assieme a Palladio Finanziaria, nel ruolo di socio finanziario, **Dylog** ha acquisito da Telecom Italia Media il 100% di Buffetti. La società [che opera nella distribuzione di prodotti e soluzioni per l'ufficio], conta circa 900 punti vendita affiliati, distribuiti sul territorio nazionale e ha un organico di 193 persone: nel 2004 ha sviluppato un giro d'affari di circa 127 milioni di euro. In funzione della diversa natura della rete dei partner **Dylog**, Buffetti rimarrà totalmente autonoma e indipendente.