

# Le acquisizioni aprono a Dylog nuovi mercati

*La società esplora nuovi fronti commerciali per continuare a crescere*

**C**on 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 panier 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.