

Erp: gli utenti premiano i brand

In Italia il mercato degli Erp, secondo le previsioni di Idc, dovrebbe segnare il passo nel 2009 (-0,1% rispetto a un 2008 in aumento dell'1,9%), per poi continuare a crescere fino al 2012 e raggiungere i 724,8 milioni di euro (+3,6%).

Prima di entrare nel merito dell'analisi dei trend del mercato, la società chiarisce che ha inserito in questo segmento il valore dei prodotti software Erp in senso stretto e dei prodotti software "gestionali", che solitamente sono rivolti alla fascia medio-bassa delle aziende.

In particolare, in queste voci sono comprese le soluzioni software di contabilità finanziaria, gestione ordini e risorse umane, produzione e acquisti. Il valore del software (o applicazioni) comprende il fatturato da licenze più maintenance, servizi progettuali esclusi, come pure non sono

comprese le applicazioni di Supply Chain Management (Scm) e Customer Relationship Management (Crm).

Date queste premesse, Idc sottolinea che in Italia continua il trend di consolidamento del segmento e che in particolare vede i primi 10 vendor aggiudicarsi quasi il 50% del totale delle revenue. Peraltro, specifica che sono proprio i primi attori della classifica che hanno registrato delle crescite nel 2008, mentre gli altri player hanno chiuso negativamente, a conferma che l'utenza premia i brand più affermati e che danno

più garanzie di continuità.

Per quanto riguarda i settori verticali, quelli che tra il 2009 e il 2010 avranno i maggiori problemi a investire sul software Erp saranno i servizi finanziari, che risentono dell'impatto della crisi finanziaria e il retail/mercato all'ingrosso, particolarmente penalizzato dalla situazione contingente, perché è bassa la fiducia dei cittadini e quindi cala la tendenza a spendere. Altri settori, invece, dimostrano una maggior elasticità nel rispondere alla crisi, come i trasporti, le utility e in parte anche la Pa, la sanità e l'education. Un altro trend evidenziato è riferito alle grosse organizzazioni, che pur continuando a mantenere attive le vecchie applicazioni si muoveranno anche verso iniziative tattiche di modernizzazione.

Il midsize è visto da Idc come un segmento promettente. Alcune società medie sono ben posizionate nei loro specifici mercati sia a livello locale che internazionale. Nonostante anche queste realtà soffrano del clima negativo portato dalla crisi, i loro budget It e il loro approccio agli investimenti in Erp sembrano essere moderatamente influenzati rispetto al settore delle piccole imprese che sono state impattate più pesantemente dalla crisi. Riguardo al fronte dei vendor storici locali, dopo aver archiviato significativi risultati tra gli anni 90 e l'inizio del 2000, ora sono in difficoltà nel mantenere la posizione nell'arena delle medie e piccole imprese.

M.R. ■■■

laborazione e la comunicazione integrata, elementi che consentiranno alle applicazioni di condividere dati e alle persone, dentro e fuori le aziende, di condividere informazioni e conoscenze utili alla gestione delle imprese e dei processi.

Le ultime versioni dei prodotti Diamante contengono già alcune funzionalità collaborative e di scambio dati con applicazioni di terze parti, come la gestione della relazione tra cliente e commercialista o l'interazione tramite Web service tra applicazioni aziendali e sistema bancario per le transazioni e le informative finanziarie.

— Dylog - Roi a breve e vicinanza all'utente

Dieci anni fa, il cambiamento generazionale fu indotto, forzatamente, dal cambio di millennio o, poco più avanti, dall'avvento dell'euro. Inoltre, all'epoca un Erp era uno strumento ad appannaggio di poche grandi aziende, disposte anche a spendere molto. Mentre quel segmento di mercato si è progressivamente saturato, ora tutte le Pmi italiane utilizzano o puntano a sfruttare le logiche Erp. Questo progressivo cambiamento di scenario ha allargato il numero di competitor, riducendo progressivamente la soglia di ingresso e mentre i piccoli hanno saputo sfruttare al meglio la mentalità e l'approccio tipico della Pmi, che mira a un Roi a brevissima scadenza, i grossi nomi hanno fatto più fatica ad adattare le proprie proposte a questa logica.

L'aspetto è ora ulteriormente enfatizzato da una situazione contingente di mercato critica, che si somma alla forte spinta all'innovazione derivata dai recenti indirizzi normativi. Le imprese tenderanno a privilegiare una serie di aspetti, che diventeranno dei prerequisiti di prodotto: una copertura funzionale misurata, in grado di soddisfare le esigenze e che non costringa a integrare l'investimento con altri interventi; tempi rapidi di start up; capacità di relazionarsi remotamente con clienti e fornitori; servizi di pre e post vendita di livello, a costo chiaro; un interlocutore che sappia rispondere rapidamente, sempre a costi contenuti, alle evoluzioni.

La nostra risposta va verso soluzioni Erp della linea Open, sviluppate per adattarsi a un mercato sempre più esigente ed evoluto, puntando a una copertura funzionale di livello, ma non dimenticando mai l'aspetto della spesa e della semplicità d'uso. Sono strutturate in moduli, multitasking, mul-

tiuser, tramite l'utilizzo di database relazionali; aiutano le aziende a reagire alle evoluzioni del mercato e della tecnologia e sono completate da una ricca serie di soluzioni verticali.

◀ — EdiSoftware - Pay per use e cloud nel futuro

Nell'ultimo decennio abbiamo assistito a una diffusione esponenziale della connettività e dell'uso della rete. Di pari passo il concetto di azienda estesa si è fatto largo e si sono diffusi i sistemi di Crm e gli strumenti per la condivisione delle informazioni, anche via Web. In EdiSoftware abbiamo tenuto il passo, prima con Info.net, un portale Web che permette di essere always on e poi con il Customer relationship management integrato ai gestionali. La recente normativa relativa alla fatturazione elettronica e alla conservazione sostitutiva poi, ha spalancato le porte al business del documentale. Non da ultima la particolare situazione economica ha portato le aziende ad attuare politiche di performance management, con particolare attenzione al taglio dei costi.

In questo senso, gli strumenti di Business intelligence l'hanno fatta da padrone, ma i gestionali non sono stati a guardare. Chi ha saputo mettere a disposizione degli utenti procedure per il monitoraggio dei processi, volte a un costante controllo sui dati di business, ha di certo riscontrato il favore dei clienti. In questo senso, i nostri gestionali intelligenti, ondaiQ e oceanoiQ, pensati quando ancora di crisi non si parlava, hanno goduto di perfetto tempismo, perché si pongono come assistenti personali che supportano nel concreto i processi decisionali delle varie funzioni aziendali. La contingenza ha avuto effetti anche sulle capacità di investimento delle Pmi. Abbiamo assistito alla nascita del software pay per use, proprio per abbattere l'investimento iniziale a favore di un meccanismo di pagamento dilazionato nel tempo. Anche in questo caso, dal canto nostro, abbiamo contemplato una forma di contratto Lta (Licenza temporanea annuale) per i nostri nuovi prodotti.

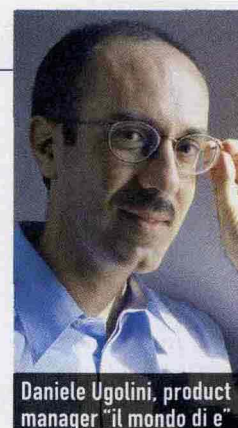
Per quanto riguarda il futuro, ipotizziamo un rafforzamento del concetto del pay per use, dove i nostri dati saranno da qualche parte nelle nuvole, facilmente accessibili da ovunque, abbandonando il concetto del pacchettizzato a favore del Saas.

— Esa Software - L'Enterprise 2.0 sta attendendo gli Erp

Con il passare degli anni e la diminuzione dei costi, il concetto di Erp è passato dal-



Stefano Peghini
direttore marketing
& commerciale



Daniele Ugolini, product
manager "il mondo di e"



Adriana Sinco,
amministratore unico



Ennio Noventa,
presidente