

DATA MANAGER

LA RIVISTA PROFESSIONALE DELL'INFORMATION COMMUNICATION TECHNOLOGY

TOP100
XXV EDIZIONE
2011



Alessandro Zucchetti

Zucchetti

business together

STEVE JOBS NOI VIRTUALIZZAZIONE
E SICUREZZA IL VALORE DELLA
TECNOLOGIA **SECURITY** AEREI SENZA
PILOTA MA CON VIRUS **SOFTWARE** E SERVIZI
L'EVOLUZIONE DEL CONTENT MANAGEMENT
FUORI PAGINA PAOLO MIELI: PUNTO A CAPO

VISITA
DATA MANAGER
ONLINE
www.datamanager.it



Il gruppo italiano, leader nel software per contabilità e nel gestionale, nonché nell'area del personale, scommette su innovazione, grandi clienti e crescita sui mercati globali, senza rinunciare alla solida tradizione di prodotto e di canale, grazie anche all'acquisizione di Microarea e alla forte accelerazione del comparto dell'automazione e del controllo degli accessi

di Andrea Lawendel foto di Lorenzo Ceva Valla

Zucchetti

business together

Alessandro Zucchetti
presidente Zucchetti spa

Sai che un'azienda è veramente innovativa quando raccontarla somiglia più a un diario che a un romanzo con un inizio e una fine. Il settore dell'IT è pieno di splendidi romanzi che raccontano l'innovazione, ma molti hanno i verbi al passato. Nel caso di **Zucchetti** (www.zucchetti.it) i verbi continuano a essere coniugati al presente. Non solo. Con la sua strategia di continuo rinnovamento l'azienda lodigiana di software, servizi e automazione, in questi duri anni di pessimismo e crisi, riesce ancora a contemplare uno spazio per il futuro, che si riflette anche nella giovane età dei suoi dipendenti e di molti membri del comitato direttivo, tra i quali i due successori del fondatore **Alessandro** e **Cristina Zucchetti**.

C'è un'innovazione che precede a strappi, per salti quantici, e una forse meno appariscente, ma profonda, lenta, evolutiva. Di essa ti rendi conto quasi con sorpresa, quando un giorno capisci che con quella tecnologia, con quel software, hai cambiato il modo di lavorare dei clienti, riesci a fare le cose meglio di prima e soprattutto riesci a fare cose che prima, semplicemente, non potevi fare. In questo senso Zucchetti è da sempre portavoce di una rivoluzione tranquilla, pragmatica.

A dispetto del segno negativo che connota da parecchio tempo gli andamenti del comparto italiano del software, anche nel 2011 Zucchetti registra una crescita, sfiorando la soglia dei 240 milioni di euro di fatturato. Sintomo evidente della bontà di decisioni strategiche che hanno portato alla scelta di Infinity, come elemento unificante di un'offerta tuttora caratterizzata da una forte diversificazione. **Antonio Grioli**, che con il suo duplice ruolo di docente di strategia e politica aziendale presso l'Università cattolica del Sacro Cuore e **presidente del comitato direttivo** conosce bene la forza che possono avere le nuove idee, è ansioso di comunicare l'immagine di una Zucchetti in grado di andare ben oltre gli articolati, ma pur sempre limitati, domini del software gestionale o della normativa italiana su paghe e contributi. «Con le sue tecnologie di controllo degli accessi e robotizzazione - dice un travolgente Grioli - il gruppo Zucchetti oggi è presente in tutto il mondo: è leader nella sicurezza degli impianti sportivi, movimenta più di ventiseimila pezzi

Zucchetti oggi funzionino anche nella sede dell'Onu a New York, il celeberrimo Palazzo di vetro». Il gruppo, aggiunge Grioli, continuerà a fare leva su queste soluzioni, ma continuerà anche a portare avanti le novità nel campo dell'automazione dei magazzini e dei guardaroba che, grazie alla capacità di sognare il futuro di **Fabrizio Bernini**, la mente geniale di **Zucchetti Centro Sistemi**, sono riuscite a sbarcare in contesti come i mega-alberghi di Las Vegas.

Come se sicurezza e robotica industriale non bastassero, Zucchetti sta puntando con decisione verso le diversificate esigenze della clientela estera anche in un ambito come l'Erp, un business "locale" per eccellenza quando un importante target di riferimento è l'impresa medio piccola radicata sul territorio italiano. Negli ultimi anni il gruppo aveva già maturato una crescente esperienza con clienti di grandi dimensioni, cominciando a muoversi con loro in un mercato multi-nazionale. Inoltre l'acquisizione, avvenuta nell'estate scorsa, di Microarea, con il suo prodotto Erp "Mago", permetterà a Zucchetti di contare su un brand già ampiamente conosciuto fuori dai confini italiani. Ciò grazie ai positivi sviluppi della penetrazione dell'azienda genovese nelle Nazioni ad alto tasso di crescita e modernizzazione, principalmente, ma non solo, dell'Est Europa.

L'INNOVAZIONE CHE PIACE ALL'ESTERO

Alessandro Zucchetti, presidente di Zucchetti spa, tende a sottolineare che l'anima della azienda resta la stessa di sempre, profondamente legata alla relazione con una rete di partner costituita oggi da un migliaio tra rivenditori e sviluppatori: «Oggi, grazie all'automazione e agli Erp si aprono nuove opportunità da sfruttare, ma questo non significa affatto che Zucchetti voglia perdere di vista un patrimonio di oltre 85mila clienti e la sua immagine di azienda tecnologica che nel 2010 ha ricevuto dalle mani del Presidente Napolitano il Premio per l'Innovazione istituito dalla Presidenza del Consiglio».

Il merito di questi successi, secondo il giovane presidente, risiede certamente nel fatto di aver continuato a investire «in prodotti, soluzioni, servizi, anche in



«Gli stadi ci hanno dato molta notorietà, ma mi piace l'idea che le nostre tecnologie di accesso funzionino anche nella sede dell'Onu a New York, il Palazzo di vetro»

di robotica avanzata, dei quali il più famoso è "Ambrogio", che è leader mondiale dei tagliaerba per giardini».

Ma la robotica e la sicurezza fisica di Zucchetti Axess sono solo uno dei tanti punti forti che emergeranno in questa *Cover Story*. Un altro è, per esempio, la voglia di allargare gli orizzonti geografici, puntare a una Zucchetti ancora più globalizzata di quella che, grazie alle soluzioni per la sicurezza negli stadi, vanta un palmares di presenze "sportive" all'estero da autentico record, una torta sontuosa su cui è stata messa nel 2011 la ciliegina degli 8 stadi che hanno da poco ospitato, in Qatar, le partite della Asian Cup. «Gli stadi ci hanno dato molta notorietà - riconosce Grioli -, ma mi piace molto l'idea che le tecnologie di controllo accessi

una fase molto critica per l'economia. A distinguerci, rispetto alla concorrenza, c'è la nostra capacità di uscire sul mercato con soluzioni che rinnoviamo costantemente, grazie a una tecnologia che offre al cliente semplicità e vantaggi competitivi». Sono queste le qualità che hanno consentito all'azienda lodigiana di consolidare le sue relazioni con il mondo della grande impresa italiana. «Uno dei primi fattori abilitanti della sua presenza all'estero, sia nelle sedi dei clienti italiani sia direttamente con clienti che operano in economie oggi in maggior crescita rispetto all'Italia, sono state le soluzioni di controllo degli accessi Zucchetti - prosegue Alessandro - che funzionano in una cinquantina di Paesi stranieri, grazie a una rete capil-





Comitato direttivo Zucchetti: in piedi da sinistra: **Giorgio Mini**, vice presidente Zucchetti spa - **Domenico Uggeri**, vice presidente Zucchetti spa - **Enrico Itri**, fondatore Microarea e consigliere d'amministrazione - **Giovanni Mocchi**, responsabile bu Consulting&Services - **Antonio Grioli**, presidente del comitato direttivo - **Saverio Saltini**, direttore bu Commercialisti - **Delia Pedrazzetti**, direttore bu Paghe - **Gregorio Piccoli**, responsabile tecnologie di sviluppo
Seduti da sinistra: **Cristina Zucchetti**, consigliere d'amministrazione - **Alessandro Zucchetti**, presidente Zucchetti spa



Fabrizio Bernini
amministratore
di Zucchetti Centro Sistemi

lare di duecento rivenditori. In Romania abbiamo invece voluto creare una "piccola Zucchetti" che sta già vendendo anche soluzioni software per i nostri tradizionali mercati di riferimento nell'area del personale e nel gestionale». Questo modello di ampliamento sarà ripetibile anche in altre geografie? «Noi ci crediamo e ci proveremo - è la risposta del presidente - ma come sempre, sarà fondamentale trovare in loco persone competenti, perché sono loro che fanno la differenza e che vengono sempre prima dei prodotti».

Tutto questo, afferma Antonio Grioli, finisce per evocare tre parole chiave: innovazione, innovazione e innovazione. «Per come siamo fatti, per il modo di formare le persone al nostro interno e i partner, la nostra missione è fare di più, meglio e prima degli altri, cercare di arrivare per primi, mostrare sempre una grande capacità esecutiva e misurarci giornalmente con i risultati e la soddisfazione dei clienti. Ci piace molto fare da lepre, quindi correre più velocemente degli altri. I clienti e i partner riconoscono la qualità dei nostri prodotti, ma soprattutto le nostre strategie per il futuro, il modo coraggioso e particolare di fare innovazione. Microarea era un'azienda eccellente, giustamente corteggiata da aziende importanti, sia italiane che straniere, ma ha scelto noi. Forse questo è il vero segreto di Zucchetti: farsi scegliere. Anche i partner ci scelgono perché ci riconoscono quale azienda capace di anticipare il futuro. Il mondo parla di B2B e di B2C: Zucchetti è avanti e ha inventato il "B2G", business together; fare business insieme sfruttando le enormi possibilità del Web, in Cloud, in un unico ecosistema con i partner».

UNA VISIONE INTEGRATA

Un altro elemento importante per raccontare la storia di un'azienda di software è il capitolo delle tecnologie, così come lo racconta il **responsabile delle tecnologie di sviluppo, Gregorio Piccoli**. La strada imboccata anni fa, ossia la tecnologia aperta e unificante di Infinity, consente oggi di affrontare senza patemi una filosofia applicativa ormai completamente fondata su Internet. «Negli standard di rete - afferma Piccoli - troviamo infinite opportunità di collaborazione, di partecipazione a un fenomeno che ormai riguarda miliardi di persone. Le soluzioni proprietarie sono sempre meno vantaggiose, pertanto noi con Infinity abbiamo preso una direzione esattamente opposta, cioè quella del Web, dei sistemi aperti. Anche per questo motivo possiamo adattare con flessibilità e naturalezza la nostra offerta alla mobilità che sta caratterizzando quest'ultima fase di evoluzione di Internet. La complessità della nostra tecnologia si traduce in semplicità per chi deve sviluppare anche i nuovi dispositivi mobili e renderli adatti ad applicativi specifici. Una facilitazione che favorisce non solo noi, ma anche i partner, che possono servirsi di Infinity per mettere le loro competenze al servizio dei clienti».

L'ultimo arrivato nella famiglia Infinity è Ago, una suite che rinnova completamente sia il modo di lavorare sia il ruolo stesso degli studi commercialisti e delle associazioni di categoria che adoperano questi strumenti.



Il percorso di sviluppo di Ago Infinity, spiega il **direttore della business unit Commercialisti Saverio Saltini**, è iniziato tre anni fa con l'obiettivo di rinnovare profondamente la più storica delle offerte Zucchetti.

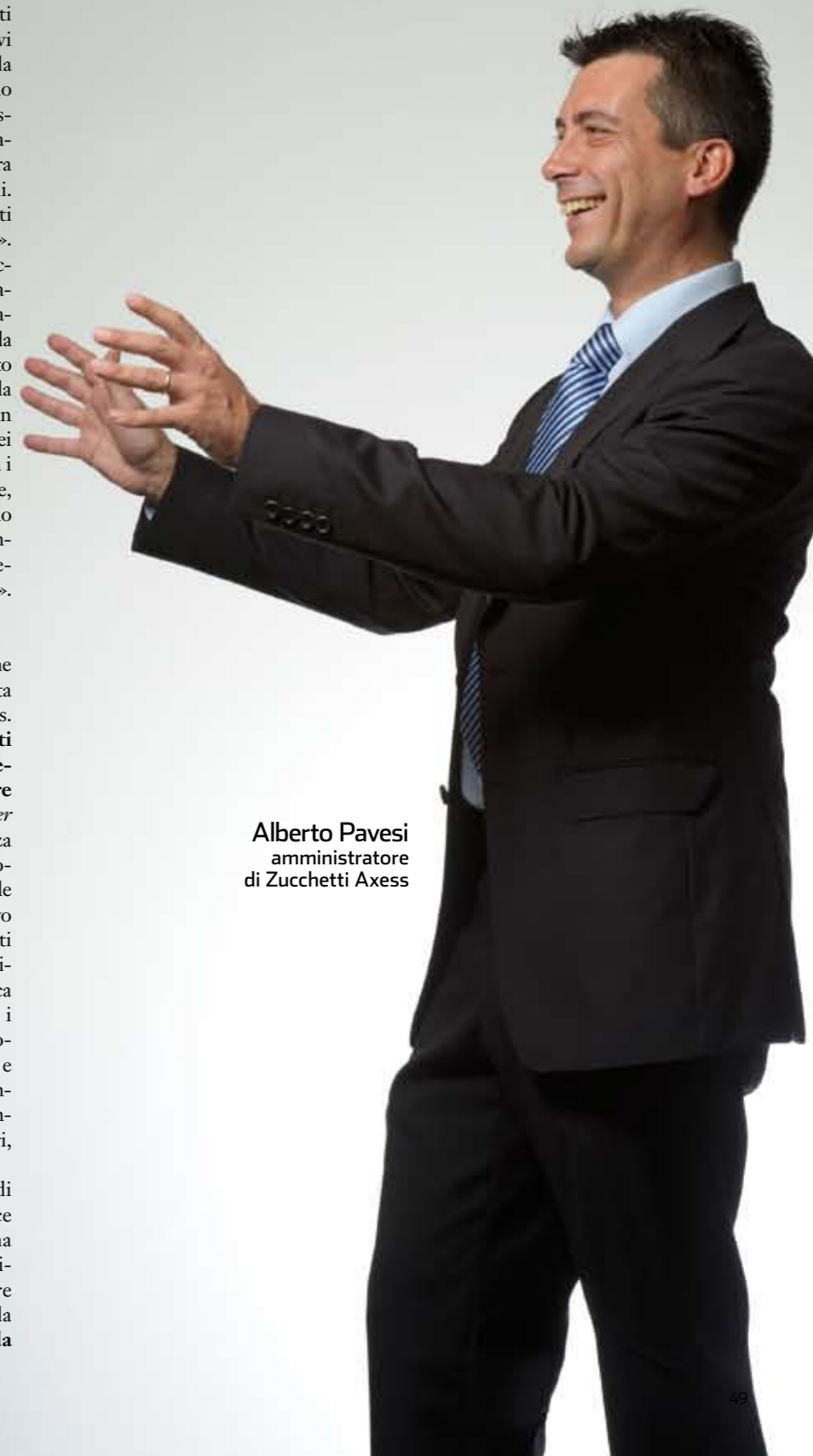
«Il tradizionale meccanismo che vede il commercialista ricevere dal cliente i dati contabili necessari e il cliente che in cambio riceve la dichiarazione da presentare, si trasforma grazie ad Ago Infinity in una forma di continua interazione e controllo tra le due parti molto più fruttuosa - sottolinea Saltini -. Gli obiettivi principali della soluzione sono: la semplificazione, la velocità, il puntuale rispetto delle scadenze, che sono fondamentali per gli studi professionali. Al tempo stesso però, la disponibilità dei dati e la completa integrazione del prodotto consentono una maggiore apertura ad aspetti che sono più consulenziali che contabili. Una consulenza di tipo direzionale che gli strumenti software convenzionali non sono in grado di fornire».

I professionisti che utilizzano questi prodotti Zucchetti possono così godere dei vantaggi dell'integrazione, che tra l'altro si concretizza anche in una più facile elaborazione delle informazioni da analizzare e da correlare in modo molto più approfondito. Pertanto anche la professione del fiscalista si apre al campo della Business Intelligence, permettendo, dice Saltini, «un maggior controllo sia della gestione operativa sia dei costi e della redditività, tanto per lo studio che eroga i servizi quanto per le aziende clienti». La nuova suite, prosegue ancora Saltini, «permette una gestione dello studio professionale, non più per singole attività compartimentalizzate, ma per processi, consentendo di seguire il ciclo operativo del cliente dall'inizio alla fine».

LE RISORSE UMANE

Un ventaglio di opportunità molto simile si apre anche nei confronti dell'altra componente storica dell'offerta Zucchetti, quella rivolta al settore human resources. **Domenico Uggeri**, uno dei due **vice presidenti Zucchetti e responsabile delle soluzioni per la gestione del personale** e **Delia Pedrazzetti**, **direttore business unit Paghe**, ne illustrano a *Data Manager* la strategia: «Abbiamo già parlato tanto di sicurezza negli stadi e nei palazzetti sportivi, ma ci stiamo muovendo molto anche in altri settori in crescita come le palestre e i centri benessere. Sarebbe, però, limitativo fermarsi al tema del controllo degli accessi. Zucchetti ha realizzato infatti HR Infinity, il primo e unico sistema in Italia di soluzioni Web based, con anagrafica unica dei soggetti, che consente di governare tutti i processi di amministrazione, sviluppo, organizzazione del capitale umano e della sicurezza di ambienti e persone. Applicazioni già scelte da oltre 13mila aziende, tra le quali anche: Axa Assicurazioni, Bulgari, Intesa San Paolo, Presidenza del Consiglio dei Ministri, Snai e Toyota Motor Italia».

Per Pedrazzetti conta molto anche il modello di erogazione, che non si esaurisce con la semplice installazione di una suite di prodotti software, ma include ormai un vero e proprio ecosistema applicativo di cui i clienti Zucchetti possono usufruire attraverso il Web grazie al data center allestito dalla **business unit Consulting&Services guidata da**



Alberto Pavesi
amministratore
di Zucchetti Axess

Giovanni Mocchi. «Ritroviamo qui lo stesso concetto di sistema integrato che abbiamo visto per Ago Infinity - spiega Pedrazzetti -. Integrazione che consente al consulente del lavoro di andare ben oltre la tradizionale offerta della gestione delle paghe». E Uggeri conclude: «Per questi professionisti, come pure per le associazioni che erogano servizi analoghi, cambia tutto: possono personalizzare completamente la loro offerta e declinare insieme ai clienti modelli di collaborazione completamente nuovi».

I SERVIZI

È un importante cambiamento di mentalità e scenario che ha spinto il gruppo Zucchetti a rivedere il suo approccio infrastrutturale a supporto delle sue linee di prodotto e servizio. «Il mercato - afferma Giovanni Mocchi - punta in misura crescente a un modello che prevede sempre più la vendita di servizi che integrano le nostre soluzioni applicative. Il Cloud computing ha cambiato e continuerà a influire sul nostro modello di business e il nostro obiettivo è creare le condizioni affinché la rete dei partner Zucchetti possa intercettare e cavalcare questo trend di crescita». Però perché preferire una soluzione basata proprio sul data center Zucchetti e non affidarsi a service provider esterni, magari a costi inferiori? «Per almeno tre ragioni - risponde Mocchi -. Primo per un'infrastruttura altamente specializzata sulla gestione delle proprie applicazioni. Secondo per il grado di libertà che Zucchetti garantisce al cliente, permettendogli di scegliere tra una pluralità di offerte che vanno dalla co-location fino all'outsourcing dei singoli processi. Infine per il forte grado di compatibilità e interoperabilità con tutti i dispositivi mobili, che spinge i clienti ad affidarsi a strutture di servizio come la nostra, capaci di gestire le diverse problematiche applicative, di rete, di sicurezza e di backup, nonché di affidabilità».



ERP INTERNAZIONALE

Anche **Giorgio Mini**, l'altro vice presidente Zucchetti e responsabile delle soluzioni Gestionali/Erp, sottolinea la grande trasformazione di un grup-

della piattaforma Mago, l'offerta gestionale della software house lodigiana, già vasta e variegata (era composta fino a questo momento da ben sette soluzioni applicative, differenziata per fasce di riferimento, tecnologie e canali distributivi), si arricchisce ulteriormente: da un lato un prodotto gestionale "Microsoft-compliant", dall'altro la possibilità di uscire dai confini italiani con un ambiente Erp di livello internazionale. «In questo scenario - conclude Mini -, Microarea aggiunge oltre 11mila clienti a un portafoglio Zucchetti che nell'area dei gestionali ne contava già 44mila, pertanto ora il totale dei clienti dei gestionali del gruppo supera i 55mila. Tra l'altro ora la rete attraverso cui agisce l'azienda genovese potrà commercializzare anche altri prodotti di Zucchetti».

Enrico Itri, fondatore di Microarea e ideatore della soluzione Erp appena entrata a far parte della scuderia Zucchetti, racconta a *Data Manager* di aver respinto molti altri pretendenti. Che cosa ha portato un player che era riuscito a conquistare il terzo posto nella classifica italiana dei fornitori di soluzioni Erp al matrimonio con Zucchetti? «La nostra scelta è stata dettata da una strategia di crescita condivisa. In Italia come all'estero, Microarea da sola riusciva a imporsi nelle gare di fornitura contro avversari ben più blasonati, però un'alleanza come quella con Zucchetti significa potersi presentare come un leader ancora più accreditato. Insieme, le nostre due realtà possono creare ulteriore valore aggiunto: in Italia dove ormai siamo un'entità sola in termini di canale, valori e volumi e all'estero dove l'offerta combinata di gestionale, soluzioni HR e controllo accessi viene supportata da una rete indiretta che copre le Nazioni dell'Est Europa e l'area del Mediterraneo, incluse realtà come l'Algeria o il Libano, che già da ora può essere estesa al Brasile (dove Zucchetti ha una sua presenza) e alla Cina, dove Microarea opera già da un paio d'anni». Un ulteriore effetto moltiplicatore, sottolinea Itri, può derivare dalle attività di affiancamento dei clienti italiani che si appoggiano sulla piattaforma Mago e sul canale distributivo per sviluppare le proprie strategie di delocalizzazione all'estero. Con l'unione di Microarea e Zucchetti, la

«A distinguerci c'è la capacità di uscire sul mercato con soluzioni che siamo in grado di rinnovare costantemente, grazie a una tecnologia che offre semplicità e vantaggi»

po che riesce ad affiancare modalità di delivery capaci di andare direttamente al cliente, ma che al tempo stesso non escludono il tradizionale canale indiretto, coinvolgendolo anzi in forme di collaborazione sempre più estese, che al tempo stesso rafforzano il brand Zucchetti e la sua presenza sul mercato. «Fino a pochi anni fa eravamo percepiti come un fornitore focalizzato sui commercialisti e sulle soluzioni gestionali di fascia bassa. Oggi Zucchetti è diventato l'interlocutore anche delle realtà aziendali molto importanti, in grado di confrontarsi con concorrenti di ogni livello e dimensione, anche internazionali», dichiara Mini. Autorevolezza cresciuta ulteriormente con l'acquisizione di Microarea; infatti con l'arrivo

capacità di seguire clienti e progetti ancora più ambiziosi aumenta notevolmente, «in un'ottica sinergica: noi facciamo quello che non può fare la rete e la rete quello che non potremmo fare noi».

MERCATO GLOBALE

Chiacchierando con **Alberto Pavesi** e **Fabrizio Bernini** emerge con ancora maggior forza il ritratto di un gruppo che supera sé stesso nell'inseguire nuove opportunità di mercato su scala globale, entrando in ambiti e in geografie che solo in apparenza rappresentano una discontinuità rispetto al passato. **Pavesi è amministratore di Zucchetti Axess**, la società focalizzata sui prodotti per il controllo degli accessi, anche di fa-



scia alta, per la sicurezza fisica e logica e per la videosorveglianza. **Bernini** invece è il vulcanico **fondatore di Zucchetti Centro Sistemi**, un'azienda di Arezzo partita anch'essa dalle soluzioni gestionali ed entrata ufficialmente nel gruppo lodigiano nel 2000, pur mantenendo, nello "stile Zucchetti", piena autonomia progettuale e decisionale. Perché diciamo che Axess e Centro Sistemi rappresentano una discontinuità solo apparente rispetto alla tradizionale offerta Zucchetti? Perché se si escludono linee come Ambrogio, i robot tagliaerba, e Wiper, i dispositivi robotizzati per la pulizia delle piscine, rivolti anche all'acquirente privato e ai canali retail, tutte le aree applicative delle due divisioni - dal software della linea Cs Healthcare che automatizza i laboratori della farmaceutica Menarini, ai sistemi di rilevamento che Axess fornisce a Petroleos Mexicanos per la sicurezza degli impianti - possono giocare di sponda con le offerte del gruppo negli ambiti human resource ed Erp.

Entrambe le realtà si distinguono per innovazione dei prodotti, diversificazione nelle applicazioni e soprattutto per la capillare presenza internazionale. «L'alleanza con Zucchetti - racconta Fabrizio Bernini -, che vanta una lunga esperienza di innovatore, iniziata negli anni Settanta nell'industria italiana dei televisori a colori, nasce anche da una mia personale convinzione. Oggi una realtà industriale che può contare su una singola eccellenza fatica sempre di più a sostenere la concorrenza delle aziende e delle Nazioni imitatrici. Deve collocare sul campo tante eccellenze messe insieme. È quello che accade in Zucchetti Centro Sistemi, dove convivono qualità e competenze in campo meccanico, elettronico, informatico». Da una prima esperienza di automazione maturata a metà anni 90, in supporto al proprio software gestionale per lavanderie, Zucchetti Centro Sistemi ha sviluppato un sistema di automazione del guardaroba che oggi funziona per assicurare che i dipendenti del gigantesco Venetian Hotel di Las Vegas, a ogni turno, abbiano sempre la loro divisa pulita. «Grazie a un sistema di consegna e trasporto, montato sopra le sale da gioco dell'hotel/casinò, gli ottomila dipendenti del Venetian hanno a disposizione tredici punti di consegna

- vanta una consistente presenza all'estero, dove sono già state adottate soluzioni molto diversificate per la messa in sicurezza degli accessi a impianti e cantieri, nonché la sicurezza passiva e la videosorveglianza. «Un mercato molto articolato, spesso caratterizzato dalla necessità di inserirsi in progetti multivendor, in cui possiamo agire attraverso rappresentanze commerciali, come a Boston (negli Stati Uniti) o direttamente, come in Brasile - dice Alberto Pavesi -. Il rapporto con i partner è fondamentale, ma non sempre essi dispongono delle competenze che contraddistinguono Zucchetti come gruppo. Pertanto spesso è quest'ultimo a interagire direttamente con il grande cliente, mentre il partner viene coinvolto in aspetti come la manutenzione o l'assistenza». Secondo Pavesi, la prossima sfida che la società dovrà vincere ai fini di una globalizzazione ancora più marcata consisterà nella capacità di combinare i prodotti Zucchetti in sistemi di sicurezza, controllo e automazione che incorporino anche sottosistemi estratti dalle soluzioni HR e gestionali del gruppo: «Stiamo già lavorando in questa direzione».

COMPETENZE INTERNE E DEI PARTNER

Questa abilità nel coniugare alte tecnologie, sapienza artigianale e radicata cultura territoriale ed esperienze multinazionali, sta diventando una caratteristica distintiva di un'azienda di soluzioni software, hardware e consulenziali davvero unica nel panorama italiano. Non meno decisiva per il successo è la capacità che Zucchetti ha nel portare avanti il dialogo con uno spettro incredibilmente esteso di clientela, dallo studio professionale alle aziende di ogni settore e dimensione. È un plus che, come sottolinea il **direttore commerciale Mario Pedrazzini**, Zucchetti riesce a ottenere in due modi: nelle vendite a volume, facendo leva sul canale dei rivenditori, e nelle vendite a valore, integrando le forze interne sia commerciali sia consulenziali e progettuali con l'asset delle competenze della rete dei partner, gestito da un team posto sotto la guida di **Paolo Susani, direttore vendite del canale indiretto**. Questo rapporto sinergico tra Zucchetti e i partner garantisce la massima qualità di servizio nei confronti del cliente finale. «A volte è il partner a "in-



La strada imboccata anni fa, la tecnologia aperta e unificante di Infinity, consente oggi di affrontare senza patemi una filosofia applicativa ormai completamente fondata su Internet

completamente automatizzati: devono semplicemente introdurre un badge, consegnare la loro divisa usata e prendere quella pulita», spiega Bernini. Analoghi sistemi vengono realizzati in una trentina di Nazioni del mondo per centri benessere, ospedali e altre realtà. Ma Zucchetti Centro Sistemi si occupa anche di automazione e robotica applicata alla logistica, «per esempio con una soluzione basata su tag Rfid attivi nelle frequenze Uhf che consentono a una realtà come Condorelli di verificare a distanza i corretti contenuti degli imballi dei dolci in spedizione».

Sul piano della globalizzazione, Zucchetti Axess - cresciuta nel tempo anche per acquisizioni di società esterne come Tmc e la recentissima Videotecnologie

gaggiare» Zucchetti, che, quindi, svolge un ruolo di supporto esterno, mentre in altre occasioni accade il contrario. Tuttavia, anche quando è Zucchetti a svolgere, con i grandi clienti, una trattativa direzionale in prima persona, il partner può essere da noi coordinato e coinvolto in toto o in parte negli aspetti implementativi delle soluzioni e nell'assistenza post-vendita. Il segno più importante della nostra sempre maggior competenza e visibilità è il fatto che i grandi clienti ci chiamano direttamente per referenze attive già note al mercato e nelle gare che contano siamo presenti accanto ai maggiori fornitori internazionali».

Con ogni tipologia di cliente, pertanto, Zucchetti e l'ecosistema dei suoi partner riescono sempre

da sinistra: **Alessandro Sorrentini**, responsabile commerciale Terasoft - **Giuseppe Cavallo**, amministratore Sinfo - **Marco Colombo**, amministratore unico Frama Development



a mettere in campo le competenze e le esperienze che servono. Il canale indiretto inoltre assicura ai clienti Zucchetti sia una presenza diffusa sull'intero territorio nazionale sia la possibilità di adattare le soluzioni alle loro specifiche esigenze. «Oltre a essere bravi e preparati - ribadisce il responsabile del canale indiretto -, i nostri partner sono svelti, conoscono i loro settori specifici, annusano le tendenze, abbandonano le aree che perdono di smalto e cercano subito nuove opportunità. Alcuni di loro realizzano verticali di primordine per questi nuovi mercati e agiscono come centri di competenza Zucchetti sul territorio. Al contempo, scelgono Zucchetti proprio perché sanno che siamo altrettanto veloci e pronti a rinnovarci».

È il caso di **Frama Development** di Cassina de' Pecchi (MI), partner Zucchetti da oltre dieci anni, che annovera oltre 350 aziende in ambito Gestionale/Erp.

«L'ampiezza e la scalabilità dell'offerta Zucchetti - dichiara **Marco Colombo, amministratore unico della società** - ci consente di realizzare progetti non solo per Pmi, ma anche per grandi imprese. BioNike, per esempio, marchio registrato di Icim International, azienda leader nel campo della dermocosmetica, ci ha scelto per integrare la gestione della contabilità analitica e la tesoreria con la produzione, introducendo anche un sistema di Business Intelligence. I 50 agenti della BioNike che operano su tutto il territorio nazionale sono stati anche muniti di tablet affinché possano collegarsi via Web al gestionale aziendale per inoltrare ordini, controllare la situazione contabile dei loro clienti e decidere scontistiche».

Invece, **Sinfo**, azienda di Orbassano (TO), due anni fa ha scelto di diventare partner Zucchetti perché ha visto in Infinity Project un'offerta veramente innovativa grazie alla quale avrebbe potuto dare ai propri clienti importanti vantaggi competitivi.

«Con l'utilizzo dell'Erp Zucchetti Ad Hoc Infinity - sottolinea **Giuseppe Cavallo, amministratore della società** - Fida, azienda di primo piano nella produzione e commercializzazione delle caramelle di gelatine con le classiche Bonelle e altri

«Siamo molto orgogliosi di questo progetto - dichiara **Alessandro Sorrentini, responsabile commerciale della società** con sede a Roma - perché rappresenta bene le potenzialità della suite HR Zucchetti, in quanto il cliente utilizza le applicazioni per gestire le proprie risorse umane a 360 gradi: dai processi di assunzione alla gestione della carriera, dalla programmazione dei turni alla rilevazione presenze, dall'elaborazione delle paghe fino al monitoraggio delle performance del personale. Il tutto con importanti vantaggi, tra i quali: una base dati unica per tutti i dipendenti del cinema, la disponibilità delle informazioni in tempo reale e una notevole riduzione del numero di risorse da impiegare nella gestione amministrativa».

CAPITALE UMANO, NONCHÉ RICERCA E SVILUPPO

Se tutte queste premesse delineano per Zucchetti un futuro di crescita e nuove trasformazioni, queste non saranno traumatiche per l'attuale base di clienti e per il canale? **Cristina Zucchetti**, sorella di Alessandro, risponde assicurando che ci sarà completa continuità. «Anche in futuro proseguiremo tenendo sempre presenti i nostri valori e i nostri punti fermi, investiremo sulle persone e sulla formazione per cercare di dare sempre servizi e prodotti di maggior qualità. L'investimento sulle persone è proseguito anche in questa fase di stagnazione, l'head count del gruppo Zucchetti negli ultimi due anni è aumentato di 354 unità (193 assunzioni nel 2009 e 161 nel 2010) e proprio grazie a queste costanti iniezioni di capitale umano è un'azienda che vanta un'età media dei dipendenti di 34 anni, con un 50% di "quote rosa"».

Anche il messaggio nei confronti della rete dei partner è chiaro e tranquillizzante. «Dalla nostra rete arriva la maggior parte del nostro fatturato - aggiunge Cristina - e non smetteremo certo di investire su di essa e sulla sua formazione. Se alcuni clienti di una certa dimensione chiedono l'intervento diretto di Zucchetti nessuno si deve sentire escluso, al contrario. Focalizzando la nostra attenzione sui grandi progetti, i partner sapranno far fruttare ancora meglio un capitale di 85.000 clienti».



In ambito Erp, oggi Zucchetti è diventato un interlocutore di realtà aziendali molto importanti, in grado di confrontarsi con concorrenti blasonati a livello internazionale

brand storici quali Charms e Sanagola, ha ottimizzato la gestione dei processi, accorpando su un'unica base dati informazioni che prima erano disaggregate e non funzionali, mentre con InfoBusiness, lo strumento Zucchetti di Business Intelligence, il top management dell'impresa può prendere decisioni con semplicità e velocità, fattori fondamentali per chi opera nel settore complesso e dinamico della distribuzione organizzata». Tra i tanti casi di successo realizzati dal canale c'è anche The Space Cinema, il più importante circuito cinematografico d'Italia, che ha scelto **Terasoft**, agenzia Zucchetti che opera nel Centro Italia, per la gestione dei suoi oltre 1.000 dipendenti.

Il mercato sarà sempre più complesso, i progetti di grandi dimensioni aumenteranno, tanto più in un contesto che per Zucchetti si globalizza in misura crescente. Il Gruppo ha saputo adeguarsi a questa fondamentale trasformazione, senza trascurare le nuove modalità di erogazione di prodotti e servizi, delle quali si avvantaggiano sia la piccola che la media e la grande clientela. Ma lo spirito originario di un'azienda che ha vissuto un'entusiasmante evoluzione proprio grazie ai partner non è cambiato e viene ribadito persino nelle scelte tecnologiche di Infinity. Questo spirito si può riassumere in una parola: collaborazione. Perché, oggi più che mai, si può crescere solo insieme agli altri. **DM**



Cristina Zucchetti
consigliere d'amministrazione