

IMPRESOFT E IL SUO CANALE CAMBIERANNO IL MERCATO

È la promessa della nuova azienda di Antonello Morina che vuole portare aria nuova nel settore delle soluzioni ERP e gestionali puntando su competenze di eccellenza, tecnologie allo stato dell'arte e modello cloud. Grazie anche a una politica di aggregazioni mirate, l'obiettivo è mettere in campo un'offerta completa: dai software ERP per le PMI alle soluzioni dipartimentali anche per medie e grandi aziende.

Ruggero Vota

Antonello Morina, lo storico fondatore di ESA Software, realtà di punta del software italiano nata nel 1982 e ceduta nel 2008, dopo un periodo di attento studio da lontano delle dinamiche del mercato del software italiano, torna con una nuova e importante iniziativa imprenditoriale che ha l'obiettivo di scuotere il settore per portarlo in modo più veloce verso l'innovazione. L'intenzione è far incontrare i nuovi paradigmi



Antonello Morina, Presidente e Amministratore Delegato di Impresoft

applicativi e tecnologici, a iniziare dal cloud, con le esigenze di business delle aziende, facendo anche leva sugli operatori di canale.

Da qui la nascita di Impresoft di cui in questa intervista Morina, Presidente e Amministratore Delegato della società, ci illustra progetti, ambizioni e obiettivi.

Che missione intende portare avanti Impresoft?

Capiscono tutti che il nome della nuova azienda nasce dall'unione delle parole impresa e software e che con questo intendiamo evocare il fatto che le applicazioni gestionali moderne sono l'elemento chiave per coniugare qualsiasi tipo di impresa con un business che diventa sempre più digitale.

Rispetto al passato naturalmente lo scenario è molto diverso e il progetto Impresoft si caratterizza come profondamente innovativo: certamente riproporre oggi un modello ricalcato sulla vecchia ESA Software non avrebbe avuto senso.

Prima di tutto, avendo sempre in mente il meglio per l'impresa italiana, siamo ispirati dallo stato dell'arte della tecnologia che si riflette in nuovi modelli di business come il cloud, associando il tutto in progetti e soprattutto soluzioni standard che vogliamo rendere disponibili alle imprese di ogni dimensione e di ogni settore, pensando in particolare alle PMI che peraltro appartengono alla nostra storia e al nostro DNA.

Le nostre soluzioni sono e saranno allineate all'evoluzione tecnologica di punta che si dimostra utile al business. Non parliamo più di prodotti perché non vogliamo

proporre al mercato oggetti chiusi e che non possono crescere: preferiamo parlare di soluzioni.

La nostra visione dell'innovazione, però, è basata soprattutto sulle competenze che rispetto al passato devono essere sempre meno generiche e sempre di più focalizzate e profonde nelle aree applicative di riferimento. Oggi, per esempio, gli skill degli specialisti e la tecnologia utilizzata per un avanzato progetto di MES in ambito industry 4.0 sono molto diversi da quelli necessari per un progetto di CRM o di e-commerce.

Questi due elementi - competenze e stato dell'arte della tecnologia - oggi incrociano sempre di più la Rete ed è per questo quindi che Impresoft nasce con una forte propensione verso il cloud. Il nostro è quindi un approccio tridimensionale al mercato.

Come volete portare i clienti delle soluzioni gestionali sul cloud?

Il nostro approccio al mercato si avvale di due strumenti. Il primo sono le nostre importanti competenze sul tema del digital marketing che mettiamo in campo partendo dall'inbound marketing, con il quale sviluppiamo un processo di ingaggio e servizio al cliente utilizzando esclusivamente rete e cloud, qualcosa di unico e originale per l'Italia e il settore. Il secondo, ma non per importanza poiché è fondamentale, è il canale, a cui affianchiamo le nostre migliori risorse commerciali e tecnico-applicative. Oggi le terze parti guardano al business cloud con attrazione crescente ma anche con diffidenza, soprattutto perché non ci sono proposte convincenti e convincenti.

Contrariamente ai nostri competitor, Impresoft non ha le pesanti eredità del passato da difendere e gestire che condizionano il modo di essere delle nostre soluzioni e i rapporti con il canale. Noi vediamo il canale come un reale partner a tutto campo, ma sulla Rete, e con gli operatori che ne fanno parte vogliamo crescere insieme, condividendo forze, esperienze e soprattutto competenze.

Il nostro compito è, e sarà sempre, di assistere i partner nel cogliere la nuova domanda emergente delle imprese. Vogliamo quindi operare non a spese, ma a vantaggio



degli stessi che oggi sono spremuti dalla concorrenza in modo asfissiante, anziché accompagnati sul mercato con una prospettiva di medio-lungo termine. Anzi, se la vogliamo dire tutta, oggi vi sono importanti concorrenti che per strategia e con ogni mezzo, per usare un eufemismo, mettono i partner nelle condizioni di dover cedere i loro parchi clienti, costruiti con grandi sacrifici in decine di anni di lavoro.

Quali sono le caratteristiche della nuova domanda da soddisfare che oggi emerge dal mercato?

Dopo dieci anni di crisi, anche pesante, oggi le aziende sopravvissute hanno la necessità di continuare a compe-

Chi è Antonello Morina

Antonello Morina inizia la sua carriera di imprenditore nel 1982 con la fondazione di ESA Software facendone fin da subito una delle principali protagoniste della prima informatizzazione delle aziende italiane grazie a un'offerta di software gestionale sempre allineato alle più importanti innovazioni tecnologiche e con un approccio in quel periodo originale al mercato, basato su partner di canale. ESA Software, arrivata a un giro d'affari di oltre 60 milioni di euro, con 800 persone e con significative presenze anche a livello internazionale, viene ceduta al Gruppo 24 Ore nel 2008 per 60,4 milioni di euro.

Dal 2010 Antonello Morina si occupa anche di energie rinnovabili entrando nel Consiglio di Amministrazione di Equilybra e continua a investire con delle partecipazioni in realtà del software innovative e con alte potenzialità, come la svizzera Trendrating, e siede nel CdA di ADamantX, società del gruppo Expert System.

Da fine 2016 è azionista e presidente di Mayking, società che con la fusione di Harvard Group ha dato vita a Impresoft, di cui Morina è Presidente e Amministratore Delegato.

tere rinnovando la propria offerta e riposizionandosi in un mercato che nel frattempo si è totalmente globalizzato. Certamente le nostre imprese possono fare leva sul valore intrinseco che il Made in Italy rappresenta nel mondo, ma non si può più prescindere in questa fase dall'innovazione, i cui investimenti sono stati penalizzati dalla crisi degli scorsi anni, paradossalmente anche in quelle aziende che hanno sofferto meno.

In questa fase di risveglio troviamo una clientela molto più preparata ed esigente, con idee chiare rispetto ai propri bisogni.

Serve quindi una nuova generazione di soluzioni che si dimostrino all'altezza della sfida che viene proposta da questa nuova domanda. Non si possono proporre al mercato prodotti degli Anni '80 che sono stati ripiturturati per sembrare nuovi ma che mantengono limiti strutturali insuperabili, cosa che oggi fanno in molti dei più importanti concorrenti.

In questo nuovo scenario di mercato, che ruolo gioca il cloud?

Un valore che oggi Impresoft vuole portare sul mercato è quello della trasparenza e l'approccio al mercato mediato dal cloud consente di fare questo passo. Perché un progetto cloud è un percorso morbido e il cliente lo vede con meno diffidenza e paura: può provare la soluzione attivandola su un numero limitato di utenti, può avviare un prototipo in tempi molto brevi e valutare quindi la proposta del vendor è molto facile. Tutto questo con un investimento iniziale minimo mantenendo la possibilità di poter crescere in modo progressivo nel tempo.

Il nostro approccio vuole dare concretezza ed evidenziare i vantaggi del cloud, così facendo potremo conquistare la fiducia dei clienti.

Sono sicuro che la nostra proposta di innovazione scuoterà il mercato e anche i nostri competitor che oggi hanno modelli di business e prodotti del passato non competitivi dovranno adeguarsi per affrontare la nuova realtà. L'ambizione di Impresoft è di portare al mercato un'offerta d'eccellenza, la più completa possibile. Dalle soluzioni per le piccole imprese a quelle grandi. In questi termini, quindi, oltre al software gestionale per le PMI ci occupiamo di soluzioni specializzate verticali e anche di applicazioni dipartimentali integrabili nelle piattaforme ERP più comuni già operative presso la clientela.

Prima di approfondire la parte relativa all'offerta di soluzioni, ci dia delle indicazioni su chi è Impresoft e come si svilupperà l'azienda a partire dal 2018.

Siamo partiti quasi per scherzo e questo gioco ci è esploso tra le mani. Impresoft è un'idea che si concretizza oggi nonostante sia partita come progetto di aggregazione di eccellenze solo nella scorsa estate.

Ho iniziato questo percorso acquisendo e diventando Presidente e Amministratore Delegato di Mayking, software house molto avanzata sui temi tecnologici della Rete che ha inoltre sviluppato fin dall'inizio della sua storia una strategia di marketing basata su una forte presenza online e che utilizza, come dicevo, strumenti tipici del cloud: inbound marketing e webinar.

Nel corso del 2017 abbiamo lavorato per dare a Mayking le caratteristiche di PMI innovativa, così come viene definita dal legislatore, e quindi abbiamo investito molto nell'acquisizione di competenze di valore di persone con esperienze importanti, ma anche di giovani tanto bravi con lauree magistrali, dedicando inoltre una parte significativa delle nostre risorse alle attività di ricerca e sviluppo (i requisiti delle PMI innovative sono fissati nella Legge 33/2015, ndr).

Negli ultimi mesi del 2017 abbiamo invece concluso la prima importante acquisizione di questo processo di aggregazione portando a bordo Harvard Group, software house specializzata e con forti competenze molto sviluppate in determinati settori verticali.

Harvard è il tipico esempio di quello che cerchiamo per il nostro processo di aggregazione: società molto radicata nei suoi diversi mercati di riferimento, con clienti importanti e qualificati e con competenze di enorme valore. Tra i clienti di Harvard posso citare: Orogel, Scigno, Giuseppe Zanotti, ACI, Gruppo Ivas, ICR, Sabelli, Panguaneta, ma la lista è lunga e molto interessante.

La fusione si propone di valorizzare le rispettive storie attraverso un'integrazione a valore aggiunto, mantenendo comunque i marchi delle due aziende che oggi insieme registrano oltre 500 clienti attivi.



La squadra di manager di Impresoft

"Il progetto Impresoft è molto ambizioso e quindi anche per quanto riguarda la squadra di manager dell'azienda ci saranno a breve delle novità rispetto a quanto dico ora", dichiara **Antonello Morina**, Presidente e Amministratore Delegato della nuova società.

"A oggi abbiamo costruito una bella squadra con manager che hanno una seniority importante. Molti di questi li ho conosciuti e apprezzati quando hanno lavorato in ESA".

Attore e promotore insieme a Morina di Impresoft è **Andrea Guizzardi** che svolge un ruolo a tutto campo nella gestione operativa dell'azienda.

Grazie al processo di aggregazione di Harvard Group, Impresoft si arricchisce di professionalità e di esperienza di spessore anche con **Pino Currò**, responsabile Industria, **Daniele Morigi**, responsabile divisione Ortofrutta, **Marco Guidi**, responsabile Sviluppo Software, **Roberto Ceccarelli**, responsabile divisione ACI ed Enti, e **Franca Mosconi**, responsabile AFC.

Sonia Bellagamba è la responsabile commerciale per il canale, avendo maturato una forte esperienza in questo ambito.

Alessandro Frison, già fondatore e Amministratore Delegato di Mayking, oggi in Impresoft ha la responsabilità delle attività marketing e soprattutto di quelle di digital marketing da lui ideate e portate avanti con successo.

Francesca Scanagatta è il product manager che segue le soluzioni per le PMI e la responsabile del servizio di assistenza.

Alessandra Bampa e **Andrea Patrignani** concorrono quali figure tecnico commerciali con grandi esperienze applicative nelle medie e grandi aziende mentre **Angela Fantoni**, **Luigi Borgognoni**, **Roberto Foschi**, **Cesario Martignano**, citandone solo alcuni, sono capi progetto di grande esperienza e comprovata capacità.

Impresoft nasce quindi con 65 persone, destinate a crescere sia per le attività di business interne sia per il processo di aggregazione che continua.

Come è la struttura societaria di Impresoft?

Oggi Impresoft parte con un fatturato aggregato di 4,2 milioni di euro che prevediamo diventeranno 10-12 nel 2018. L'obiettivo è quello di arrivare a quotarci all'AIM nel 2019. Siamo consapevoli che per fare questo passo servirà un certo consolidamento e siamo anche fiduciosi del fatto che le nuove aggregazioni che si concretizzeranno nel corso del 2018 ci porteranno con tranquillità a poter presentare un nuovo soggetto altamente competitivo, grazie alla propria offerta, completa e innovativa, supportata da eccellenti competenze e una presenza qualificata sul canale e sul territorio, oltretutto online.

La nostra operazione imprenditoriale è sostenuta in questa prima fase anche attraverso attività di fund-raising che sta coinvolgendo investitori privati e istituzionali.

La struttura dell'azionariato oggi vede la mia presenza vicina al 70% del capitale e il restante 30% è suddiviso tra altri professionisti coinvolti nell'operazione.

Impresoft ha oggi il proprio headquarter a Cesena, nella bellissima sede Harvard Group, e a Camisano Vicentino, dove ha operato Mayking.

La nuova azienda è una PMI innovativa con sede legale a Milano e quindi, ma non solo per questo, apriremo presto un importante ufficio nel capoluogo lombardo e altre sedi arriveranno come conseguenza delle aziende che andremo ad aggregare.

Come è quindi costruita la vostra offerta di soluzioni?

Come detto, Impresoft ha l'ambizione di rappresentare un punto di riferimento nell'offerta di software gestionale per tutte le tipologie di imprese, dalle più piccole alle

più grandi. Per questo motivo ci stiamo muovendo con un'articolazione d'offerta che vede tre importanti filoni. Il primo è quello dell'offerta rivolta alle PMI. In quest'area ci muoviamo continuando a sviluppare le soluzioni Starty ERP e Smarty ERP ideate da Mayking. L'offerta è stata pensata su due componenti per accompagnare la crescita del cliente non solo dal punto di vista della tecnologia. Sono soluzioni totalmente cloud disponibili per i partner anche come 'white label'. Un operatore del canale può quindi venderle con il proprio brand e ha quindi la sicurezza che mantiene il pieno controllo del cliente.



In secondo luogo, grazie alla nostra strategia che guarda alle eccellenze, costruiremo un'offerta di soluzioni verticali che accentueranno la loro specializzazione in determinate aree.

L'esempio concreto di questo sono le due soluzioni di Harvard: STAR NET e DBWIN. La prima è un ERP modulare indirizzato alle aziende di produzione, con componenti MES, configuratore prodotti e MRP molto sviluppate. La seconda è un software gestionale dedicato a diversi settori di mercato tra cui l'ortofrutticolo e l'agroalimentare.

Il nostro processo di aggregazione ci porterà ad acquisire soluzioni che avranno probabilmente alcune sovrapposizioni, che risolveremo prendendo dai diversi software le cose migliori da integrare. Ma tutta l'offerta di valore che acquisiremo sarà messa a fattor comune con tutte le soluzioni Impresoft.

Qual è invece il terzo pilastro della vostra offerta?

Il terzo pilastro sono i moduli dipartimentali dedicati a diverse tematiche come per esempio la produzione e il Manufacturing Execution System per Industry 4.0, il controllo di gestione e la contabilità industriale,



la logistica, mentre tramite cruscotti già disponibili ma personalizzabili nella matrice 'tipo di Industry e funzione aziendale' si possono utilizzare capacità di: Business Intelligence, Corporate Performance Management, Enterprise Performance Management e Decision Support System. A queste si aggiungono il Customer Relationship Management oltre a soluzioni che trattano i documenti quali l'Enterprise Content Management, il Document Management System e il Business Process Management, la conservazione digitale e la fattura elettronica.

Le soluzioni dipartimentali non fanno riferimento esclusivamente al nostro sistema ERP. Essendo dotati di connettori, si possono agganciare a un qualsiasi altro sistema ERP. Ci stiamo quindi preparando a supportare il mercato in tutte le sue sfaccettature e, grazie alle competenze di eccellenza in determinate aree specialistiche, non temiamo la concorrenza anche dei grandi player internazionali. Oggi vediamo che anche in complessi industriali importanti viene mantenuto per diverse ragioni, un certo livello di eterogeneità nelle applicazioni utilizzate. La domanda di soluzioni più specializzate è un trend in crescita: da un lato dico che grazie al cloud si può ripensare in modo più flessibile il modello 'best of breed' del passato; dall'altro il nostro impegno è di investire nelle competenze delle persone per 'estremizzare' la specializzazione delle soluzioni che possono fare la differenza in termini di competitività dei clienti.

In sostanza, puntiamo sull'utilizzo delle tecnologie più avanzate e della rete, ma al primo posto vogliamo mettere a disposizione del mercato i nostri uomini e le loro competenze, ossia i reali portatori di valore alle imprese clienti e partner.

Tornando all'offerta per le PMI, può spiegare meglio il fatto che questa è costruita per accompagnare la crescita del cliente non solo dal punto di vista tecnologico?

La nostra è una soluzione tecnologica unica che si declina in due versioni: Starty ERP e Smarty ERP. Il primo è un ERP totalmente self-service completo e con funzionalità di CRM al suo interno, al quale abbiamo già integrato anche tutta la parte di BI e Webstore B2B oltre a diverse piattaforme esterne quali per esempio la G Suite di Google, Twilio per effettuare telefonate Voip e invio di SMS direttamente dall'interno del CRM, FullContact per la ricerca e la profilazione dei prospect e Shopify come e-commerce B2C. Si tratta di una soluzione di base che può essere utilizzata da aziende con una struttura semplice e un piccolo numero di postazioni di lavoro. Senza voler dare un'indicazione troppo rigida perché dipende da caso a caso, diciamo sotto gli otto utenti.

È un prodotto totalmente cloud e come dicevo self service, o meglio tutto il percorso di relazione con il cliente è online e si sviluppa con questa modalità.

È il meccanismo che Impresoft ha preso da Mayking per-

ché l'abbiamo visto funzionare molto bene. Si parte da un ingaggio del potenziale cliente attraverso le iniziative di inbound marketing digitali, si crea il contatto e la presentazione del prodotto si realizza tramite webinar; anche negoziazione e firma del contratto possono essere effettuati online, l'accesso al software si realizza via cloud e la formazione viene erogata tramite webinar e contenuti multimediali. Detto questo, Starty ERP è una soluzione totalmente Java che oggi conta circa 1,5 milioni di righe di codice. Stiamo continuando a investire inserendo degli sviluppatori con grande seniority nelle nostre due sedi di Cesena e Camisano Vicentino.

Ma per crescere con il canale bisogna soprattutto fare con il canale. Mettiamo quindi a disposizione degli strumenti che permettono alle aziende partner di sviluppare le loro applicazioni basandosi sui connettori tramite API e sul framework di Starty ERP.

Non solo: abbiamo costruito la fabbrica del software come aperta e avanzata e consideriamo i nostri partner come protagonisti integrati in questa fabbrica. La nostra tecnologia di sviluppo consente la creazione di un ecosistema di valore grazie all'adozione di importanti modelli di collaborazione.

Come si posiziona invece Smarty ERP?

Come abbiamo verificato sul campo, nel suo percorso di crescita il cliente che utilizza Starty ERP vede aumentare le sue esigenze e complessità. Queste società hanno bisogno a un certo punto di abbandonare il gestionale base per adottarne uno più strutturato. In questo passaggio hanno soprattutto bisogno anche di consulenza organizzativa.

Qui entra in gioco Smarty ERP che tecnologicamente è basato sulla stessa piattaforma di Starty ERP ma con funzionalità e moduli molto più estesi, quindi non c'è bisogno di cambiare software. Inoltre rende possibile implementare quelle soluzioni di consulenza organizzativa che l'azienda deve mettere in campo in tempi rapidi per crescere velocemente senza interrompere il business. La consulenza organizzata fornita da Impresoft è già modellata e allineata allo strumento che il cliente ha in casa. Questo per noi è un binomio inscindibile: una consulenza organizzativa fine a se stessa nella gran maggioranza dei casi porta l'azienda a fare cambiamenti tecnologici profondi che possono rivelarsi lunghi e costosi ma che rischiano anche di incidere sul business.

Tecnologia e consulenza devono avanzare insieme e quindi Impresoft garantisce a tutti i clienti di Starty ERP tutta la consulenza organizzativa necessaria per crescere con Smarty ERP.

Il processo di crescita dei clienti passa anche attraverso l'attivazione di moduli dipartimentali dedicati alle diverse tematiche che ho precedentemente citato completamente integrati tra di loro.

Che scelte avete fatto a proposito del cloud?

Dal punto di vista tecnologico utilizziamo database PostgreSQL così come per tutte le risorse di base del cloud che erogano i nostri software abbiamo scelto quelle tecnologie che si connotano come affidabili, ma anche meno costose.

Le applicazioni cloud possono essere installate in data center di qualsiasi provider, ma il cloud provider scelto da Impresoft è Google Cloud.

La partnership con Google, come già accennato, si estende alla G Suite che raccoglie strumenti di produttività e di collaborazione in cloud. Tutte le componenti di Starty ERP e Smarty ERP sono direttamente integrate con la G Suite e quindi, per esempio, dal CRM si possono mandare direttamente mail a colleghi, partner e clienti utilizzando G Mail o si può condividere il calendario delle attività.

Questa partnership per noi è strategica e proprio insieme a Google nei primi mesi del 2018 faremo degli eventi congiunti in diverse città italiane.

Per concludere, come vede l'evoluzione tecnologica del mondo ERP e gestionale?

Da questo punto di vista è molto importante il lavoro di sviluppo che stiamo facendo a 360 gradi su tutte le nostre soluzioni. In particolare credo che la maggior spinta arriverà dalle collaborazioni attive e da quelle che attiveremo in futuro sul fronte dei moduli dipartimentali. Il modulo che per esempio stiamo sviluppando sul fronte della BI è molto importante perché guarda allo scenario dei big data e può essere la piattaforma di base di un'evoluzione che va verso l'intelligenza artificiale. Tutte le aree dell'ICT oggi si arricchiscono di questa componente e questo è un tema che seguo particolarmente da vicino come azionista di Expert System.

Nell'ambito ERP è facile pensare che grazie all'intelligenza artificiale si possano implementare soluzioni molto sofisticate, soprattutto nell'ambito del controllo. Una delle cose che svilupperemo certamente all'interno di Impresoft è un know how specifico sui cruscotti e sugli strumenti di guida proattiva dell'azienda.