



Tecnologie

PRIMA PAGINA

*Nel settore Erp le offerte ,
di Byte, Scala e Saga fanno
scorgere campi ancora
esplorabili. Cisco rinnova
l'architettura software
di Ip telephony e Trapeze
Networks propone
Lan Mobility System.*

PRIMA PAGINA

Lanci e rilanci nel mondo Erp Tre vendor in scena

Uno spaccato del mercato dei gestionali che, nell'offerta di Byte, Scala e Saga, esprime ancora potenzialità, lasciando spazio per applicativi integrati e in grado di comunicare con sistemi di terzi.

È un autunno caldo quello che sta caratterizzando il mondo dei gestionali, aprendo le porte a nuovi prodotti oltre che a release più complete di sistemi già esistenti. L'attivismo dei vendor si rivolge sia ad aziende di taglio enterprise sia a Pmi che possono attingere alle proposte di Byte, Scala (recentemente acquistata da Epicor, [si veda pag. 10](#)) e Saga facenti perno, rispettivamente, su C4B Tablet Edition, iScala 2.2 e Enterprise Active 2004.

Leggere i dati senza fili

È recente il lancio, a opera di Cata Informatica, società del gruppo Byte, di Tablet Edition, versione per Tablet Pc della soluzione Chorus for Business. Sviluppato nell'ambito del programma per i partner di Microsoft, il software, collegato in modalità Wi-Fi con il sistema centrale, si rivolge ad aziende che intendono migliorare i propri processi di vendita e di magazzino.

«Il nostro strumento - ha spiegato Ferdinando Moccogni direttore commerciale di Cata Informatica - è in grado di interfacciarsi con gli applicativi per la gestione delle informazioni, secondo metodologie tipiche degli Erp evoluti. Tablet Edition rende ulteriormente visibile come questo tipo di personal sia capace di interagire con applicazioni aziendali e migliorare la produttività». Con Tablet Edition, modulo indipendente della suite Chorus for Business, la so-

cietà supera quei limiti che nel passato si era posta per quanto riguarda l'uso di terminali particolari, rendendo possibile la fruizione dei dati anche in zone in cui non è realizzabile il collegamento a prese di rete. «Il nostro target di riferimento - ha proseguito il manager - è rappresentato da aziende con processi di vendita particolari, interessate a fornire supporto tecnologico alla propria forza vendita, oppure dotate di depositi dislocati in aree geografiche lontane tra loro».

Tra Business Intelligence e Crm

Connettività verso gli standard industriali e nuove funzionalità (tra cui gestione dei cespiti e dei contratti) sono le parole d'ordine di iScala 2.2. La nuova versione dell'Erp dell'omonima casa olandese (ancora proposta nella versione Business, a un server, ed Enterprise, con più server distribuiti) si arricchisce dei moduli per la Business Intelligence (ripacchettizzata rispetto alla release precedente e migliorata nella rappresentazione grafica) e il Crm. La localizzazione per il nostro Paese è prevista nel corso del prossimo anno, «ma i nostri clienti sono, prevalentemente, società multinazionali - ha sottolineato Roberto Galella, sales director di Scala - in cui la lingua ufficiale è l'inglese. La traduzione del software occupa tempo in quanto deve tener conto della particolarità del nostro mercato». Tale difficoltà, invece, esula dal Crm, che

non richiede di essere adattato alla realtà italiana.

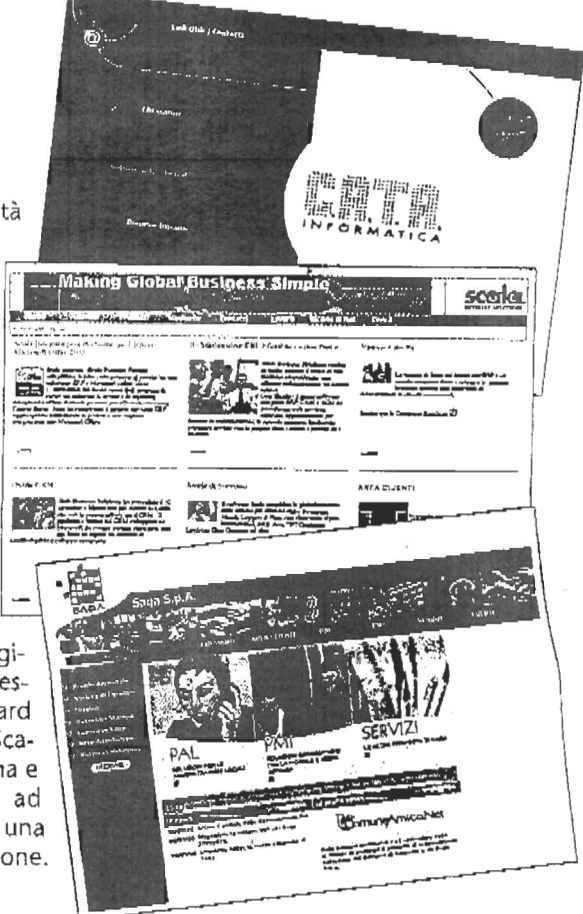
Ciò su cui Scala punta molto è la possibilità di pubblicare sul Web i record, interagendo con i sistemi di portal, accedendo solamente ai dati di interesse. Le modifiche sono state attuate anche per potenziare il lato supply chain. «In questa direzione - ha continuato il manager - è ora disponibile un'interfaccia verso Sap». Il software, che gira su piattaforma Microsoft (la partnership con la casa di Redmond è molto stretta), con data base Sql Server, si rivolge anche alla media impresa italiana in espansione verso l'estero, «che intenda consolidare i propri dati - ha detto ancora Galella - iScala può essere implementato a diversi livelli di complessità e fa dei rapidi tempi di avviamento un cavallo di battaglia». In Italia, il software, che è sviluppato in via prioritaria in Russia (ma vi sono due centri in Svezia, uno in Svizzera e uno in Bulgaria), è utiliz-

zato principalmente da società straniere con base nel nostro Paese «per due motivi - ha evidenziato Gaiella -. In primis, le imprese che investono da noi sono superiori nel numero a quelle italiane che guardano ai mercati al di fuori dai confini nazionali. Secondariamente, la mentalità di gestione di iScala è più tipicamente "europea" che non "italiana" e questo può essere difficile da accettare. Con il 2005, tuttavia, anche da noi i bilanci e le registrazioni contabili dovranno essere tenuti secondo gli standard comunitari». Tra i Paesi in cui Scala è più forte emergono la Cina e l'Est Europeo. A Budapest, ad esempio, la società dispone di una struttura dedicata alla formazione.

L'apertura ai verticali

Già presente nel mercato della Pa e delle piccole imprese, Saga vuole radicarsi anche tra le medie imprese e per raggiungere l'obiettivo ha sviluppato Active 2004, gestionale che prevede quattro macro aree di intervento. A contabilità e amministrazione si aggiungono logistica, produzione (compresi cicli, fasi, MRP e altro) e gli aspetti commerciali, che in parte si sovrappongono ad altri applicativi, in quanto la suite è integrata con il Crm dell'americana Epicor, distribuita da Saga da un paio d'anni. «In tale direzione - ha annunciato Paolo Abrami, direttore della business Unit Pmi di Saga -, la strategia è di proporre moduli entry level. Alle società più strutturate, invece, che devono gestire in modo più organico la post sale e il customer support forniamo una soluzione più articolata».

Integrata con un prodotto per il controllo di gestione, di Active 2004 è prevista anche la verticalizzazione per il mondo moda. Nell'arco del prossimo anno, poi, Saga intende coprire il lato e-commerce, aggiungere un modulo per le aziende commerciali e aprirsi alla Gdo.



Il software, client/server, poggia su database Microsoft Sql e non prevede l'ipotesi Asp. «Per quanto riguarda il Web - è emerso dalle parole di Abrami -, offriamo, a perimetro, moduli per il front office». La scelta del fashion è dipesa dalla consapevolezza di doversi specializzare per imprimere maggiore valore al prodotto e dal fatto che alcune aziende all'interno del parco clienti hanno manifestato interesse sull'opportunità di ingegnerizzare la soluzione. «Abbiamo ritenuto opportuno predisporre una suite trasversale - ha indicato Abrami - appetibile per diverse categorie di aziende. In questo modo, il prodotto diventa trampolino di lancio per la versione verticale, alla quale il mercato riconosce spazi di manovra. Puntiamo anche a lanciare la soluzione di e-commerce, per la gestione di sistemi di qualità, proponendo un pacchetto di applicativi integrabili con l'esterno».

A completamento, Saga ha realizzato la soluzione Business Analyser per l'analisi del business commerciale e ne sta valutando l'integrazione con Active 2004.

ALESSANDRA ZAMARRA