



Quando la Pmi crede nell'innovazione

Il caso di Zootecnia Group che guarda oltre i propri confini

di **ADRIA POCEK**

Se molte imprese di piccole e medie dimensioni ancora recalcitrano all'idea di adottare soluzioni informatiche per ridurre i costi, ampliare il mercato e innovare prodotti e processi, altre vanno controcorrente, ricalificando e adattando l'attività al grande respiro della globalizzazione, per nulla intimorite dai propri limiti, territoriali o dimensionali che siano. È quanto accade a Verrua Po, nel pavese, dove **Zootecnia Group**, un'azienda nata 60 anni fa e specializzata nella commercializzazione di prodotti per animali, ha sollecitato un supporto consulenziale a **Saga**, società specializzata nello sviluppo e gestione di applicazioni e sistemi software per la pubblica amministrazione e le Pmi, affinché le fornisca un sistema per l'analisi e il controllo dei costi. Facendo leva sull'esperienza maturata nel settore anche nell'ultimo anno, **Saga** ha colto quest'occasione per fidelizzare il cliente, facendosi apprezzare sia per il tipo di approccio al problema sia per le soluzioni proposte. "Presto completeremo l'installazione di un sistema ordinato e articolato, che

estrapola i dati contabili ed extra contabili dalle soluzioni esistenti e le rielabora fornendo una serie di indicatori" spiega **Paolo Abrami**, direttore business unit Pmi di **Saga**. Messa a regime a fine novembre, la soluzione sarà collaudata già prima di Natale. "Lo specifico know how tecnico accumulato ci ha permesso di affrontare e risolvere con estrema rapidità i problemi avvertiti dal cliente - prosegue **Abrami** - e per questi imprenditori il tempo è denaro, ora più che mai". Sebbene nel dopoguerra l'attività principale della **farmacia Rebasti**, che poi ha dato origine a **Zootecnia Group**, fosse l'assistenza farmaceutica per gli animali, oggi il core business dell'azienda si fonda

Il sistema di cost management è stato realizzato ad hoc dalla società Saga

sul commercio e la distribuzione di prodotti farmaceutici per la zootecnia, attività che le ha permesso di rafforzare la propria posizione a livello nazionale. Il successo è in parte attribuibile al fatto che **Zootecnia** copre un segmento di mercato che risente di forti carenze nei servizi, ma si spiega anche con la propensione dei proprietari a interpretare le dinamiche del mercato conciliando la loro professionalità con le nuove esigenze degli allevamenti e del segmento del pet. Pur essendo un'azienda a conduzione familiare, **Zootecnia** ha oggi quattro sedi distribuite nel nord Italia tra Milano e Pavia che sono supportate da un unico centro di distribuzione, 30 dipendenti e un fatturato annuale di circa 40.000 euro. "Sono imprenditori nati. Possiedono un'acuta lungimiranza, credono nell'investimento anche informatico e tecnologico, e fanno sì che questo esprima un ROI soddisfacente". A conferma di questa propensione, **Abrami** rivela quali saranno gli sviluppi futuri. "Dovremo mettere a punto una fidelity card e una soluzione per il commercio elettronico. Due progetti di diverso spessore, ma che fanno ben comprendere quale sia la sensibilità dell'imprenditore".