

SB Italia è pronta per il grande salto

Conti a posto, spalle coperte, piani ambiziosi di espansione all'estero e, soprattutto, soluzioni ben referenziate.



Piccole (mica tanto) software house italiane crescono. **SB Italia** è sul mercato da 20 anni, ha raccolto più di 160 clienti nel solo 2023, è presente per la sesta volta consecutiva nella classifica IDC delle prime 100 aziende di software e servizi in Italia e, per il terzo anno consecutivo, ha ottenuto il premio come Best Performer da ItalyPost/Corriere Economy.

La creatura di Massimo Missaglia sta rapidamente diventando grande. **Il bilancio del 2023 parla di 42 milioni di fatturato generato da 250 risorse che vorrebbero essere molte di più**, classiche difficoltà di recruitment permettendo, **mantenendo le performance di bilancio su un +30%**. Nel 2022 il lavoro di SB Italia è stato riconosciuto dal **gruppo paneuropeo di private equity Argos Wityu che ha investito nella società di Garbagnate Milanese fino al 70% delle quote**. Contestualmente, personalità ben note nel settore come **Pietro Scott Jovane** e **Paolo Scaroni** hanno scelto di ricoprire rispettivamente la carica di Presidente di SB Italia e membro del Consiglio di Amministrazione.

Clienti di alto livello, come il testimonial Mondadori che lavora con SB Italia da ormai 15 anni, stabilità finanziaria e idee molto chiare sul proprio futuro, questa la ricetta per un business che vuole lievitare. *"Puntiamo all'espansione, in Italia e all'estero – afferma Missaglia -. Storicamente lavoriamo con aziende lombarde, con qualche sconfinamento nelle regioni limitrofe. L'intenzione è di proseguire nell'espansione soprattutto con un piano di acquisizioni mirate, sia nel nostro Paese che all'estero. Acquisizioni fatte con giudizio, nell'ottica di complementare l'offerta e perseguire nella nostra missione: accompagnare le aziende verso la transizione digitale".* E così si sta già lavorando all'apertura della sede in Emilia Romagna e in Liguria, prossimamente sarà la volta del Triveneto e del Lazio. E poi sarà estero, ma solo quando si troverà un partner valido.

I cavalli di Troia di SB Italia

I cavalli di Troia con cui SB Italia si è già referenziata con un foltissimo gruppo di realtà italiane sono **Docsworld**, la piattaforma di **Enterprise Process & Content Management** in fase di ulteriore ampliamento, e **le storiche soluzioni per la gestione digitale delle HR, il Procurement, la logistica e la compliance**.

L'obiettivo di crescita punta ad acquisire trust provider e aziende specializzate nel settore in modo da offrire ai clienti una suite completa di servizi affidabili e sicuri per la gestione e la firma digitale dei documenti. Per questo, SB Italia prosegue nella **focalizzazione su AgileSign**, una delle piattaforme di Firma Elettronica più usate in Italia, perché *"si tratta di un contesto che deve ancora crescere tanto – afferma Missaglia".*

La solida base di clienti, completamente orizzontale rispetto ai mercati, è decisamente l'arma più efficace che mette sul tavolo il direttore commerciale **Fabio Finetto**, ma non è l'unica. **Affidabilità, solidità e vicinanza al cliente sono gli elementi che, quantomeno, permettono a SB Italia di sedersi al tavolo delle trattative con la stessa reputazione di un big vendor internazionale anche se, ovviamente, essere a portafoglio di tre delle big four della consulenza aiuta.**

Cambia la percezione dei clienti

Ma, chiacchierando con Missaglia e Finetto, si comprende che qualcosa tra i clienti sta cambiando, e va di pari passo con il ricambio generazionale tra i CIO. **Vincenzo Meduri, Group Chief Information Officer di Mondadori** ha spiegato molto bene le caratteristiche di una partnership vincente. Quelle che contribuiscono a far crescere la consapevolezza che una software house italiana non ha niente da invidiare a una qualsiasi delle multinazionali che sappiamo avere il controllo del mercato. **Valori come la conoscenza del cliente, la competenza di mercato, l'esperienza e, allo stesso tempo, la capacità di innovazione sono ciò che chiedono i nuovi CIO, dimenticando pregiudizi e rendite di posizione di sorta, anche perché negli anni 80 erano troppo giovani per evocarle.** Oggi si chiede concretezza e presenza, ascolto e versatilità con l'obiettivo di costruire una partnership di valore e non di siglare, seppur con Firma Elettronica, un semplice contratto di fornitura.

Certo, c'è anche la fortuna, o la visione, di comprendere prima della concorrenza come **l'assaggio di un semplice tool per la gestione documentale o la firma digitale possa essere il preludio di un menu completo a tema "trasformazione digitale dei processi"**. Molto più facile per tutti, infatti, integrare nell'architettura IT di un'azienda cliente una prima componente applicativa che risolve un problema immediato, per poi far crescere l'appetito e proseguire passando dalla digitalizzazione dei documenti a quella dei processi.

"Il cliente ambisce a un'unica piattaforma di Enterprise Process & Content Management - afferma Missaglia - perché ne comprende i vantaggi in termini di gestione. Molti apprezzano le opportunità di personalizzazione e di integrazione rispetto a soluzioni che si dimostrano più "chiuse" e ci sembra un valore il dare la possibilità di "giocare" con il nostro servizio cloud e modellarlo secondo le specifiche esigenze. Se, poi, c'è bisogno di creare delle Academy, noi rimaniamo sempre a disposizione".