

IL CASO TAGETIK

La piccola software house toscana diventa europea

EVA GIOVANNINI

Meno di un anno fa la Tagetik dichiarò la propria volontà di aprirsi ai mercati internazionali, e oggi la *software house* di Lucca, crescita in fretta, è già in una realtà in Germania, Austria, Portogallo, Spagna, Nord-America e, a breve, sbarcherà anche in Svizzera, Francia, Benelux e Regno Unito. L'azienda toscana, specializzata nel settore del *corporate performance management*, ha fatto il punto dei risultati raggiunti davanti agli oltre 200 clienti internazionali riuniti a Lucca per la prima *user conference* dedicata alla verifica e al futuro di Tagetik Cpm. Il prodotto ideato dagli ingegneri lucchesi è la soluzione *made in Italy* ai sistemi di verifica per le aziende e, a differenza delle suite multi-prodotto, permette di integrare i diversi processi dell'area amministrativa e finanziaria: bilancio consolidato, budget, pianificazione strategica e patrimoniale, controllo di gestione, *reporting* e *planning* finanziario.

Tagetik Cpm, con la sua architettura informatica aperta, è adattabile a qualunque sistema di *enterprise resource control* preesistente e questo permette alle aziende di creare valore intorno agli investimenti già effettuati. «La nostra tecnologia, rispetto ad altre soluzioni, permette un risparmio fino al 50% sul *total cost of ow-*

nership, cioè sulla spesa totale di acquisto, installazione, formazione e gestione», spiega Manuel Vellutini, chief operating officer. «Tagetik è specializzata nel software per Cpm e per noi l'eccellenza in questo settore è fondamentale». Il settore, d'altronde, è in crescita: nel 2006 il mercato delle applicazioni analitiche e finanziarie ha raggiunto un valore di 485 milioni di euro, ma secondo gli analisti entro il 2009 dovrebbe quasi raddoppiare. Pierluigi Pierallini, presidente del gruppo, in-

serisce Tagetik in questo trend sottolineando che la sua azienda, nell'ultimo anno «è cresciuta del 45% diventando leader nel settore bancario con 20 istituti di credito come clienti, tra cui sette tra i primi dieci». Il gruppo toscano ha iniziato il 2007 forte di un incremento del fatturato del 40% e 44 nuovi clienti, risultato di una strategia che ha portato a investire il 35% del fatturato in Ricerca e Sviluppo e il 30% (circa 2.500.000 euro) nell'internazionalizzazione. Per affrontare le sfide oltre frontiera, Tagetik ha irrobustito la struttura *corporate* in Italia - che già conta 200 dipendenti - chiamando nuovi 'cervelli' con esperienza in multinazionali estere. Tagetik, che ha tra i clienti Mediaset, Telecom Italia, il Sole 24 ore - il 33% degli user è quotato - non pensa però a sbarcare in Borsa «perché per il momento ci concentriamo - dice Vellutini - sulla creazione di valore intorno al prodotto».



Capi azienda

Da sinistra, Pierluigi Pierallini e Manuel Vellutini, rispettivamente presidente e chief operating officer della Tagetik, una software house di Lucca

