

SB Italia cresce con soluzioni proprietarie e focus su industry verticali. Parla il ceo Massimo Missaglia

di Renzo Zonin • SB Italia è un player di primo piano nel settore delle soluzioni di digitalizzazione aziendale con un fatturato di 42 milioni di euro. Per il 2024 la digital transformation company punta a 47 milioni di euro di fatturato, all'apertura di nuove sedi in Italia e in Europa e all'ampliamento delle soluzioni verticali di Docsweb. Con un occhio all'organico: l'inserimento di 7 nuove risorse al mese e la collaborazione con Randstad per i corsi post-diploma Its Tech Talent Factory. Ne parliamo con il ceo Massimo Missaglia e Natasha Perfetti, direttore marketing & comunicazione

15 Aprile 2024



Massimo Missaglia, ceo e fondatore di SB Italia.

Tagliato il traguardo dei vent'anni dalla fondazione, avvenuta nel 2004 a opera del ceo Massimo Missaglia, SB Italia ha pubblicato pochi giorni fa i suoi risultati 2023, e raccontato gli obiettivi e le linee strategiche che saranno alla base della sua azione nel 2024. Linee che porteranno la Digital Transformation Company a essere sempre più un player di primo piano nel settore delle soluzioni di digitalizzazione aziendale (che coprono segmenti come il Document & Process & Workflow Management, la Firma Elettronica e Digitale, l'AI&Business Analysis, e i sistemi Erp) e in quello dei servizi It (come System Consolidation, Cybersecurity, Business Continuity e Networking).

L'azienda ha chiuso l'anno con un fatturato di 42 milioni di euro, con una performance di bilancio intorno al 30%, principalmente ottenuto grazie alla focalizzazione su progetti a valore, connessi ai temi della trasformazione digitale, e all'arrivo di nuovi clienti.

Sono state ben 160 infatti le aziende che hanno iniziato nel 2023 un percorso di collaborazione con SB, sia perché di fatto SB Italia agisce senza competitor diretti – nessun altro vendor dispone di una piattaforma che integra tutte le soluzioni di digitalizzazione e gestione di documenti/processi/workflow – sia perché, fin dall'inizio, l'attenzione al cliente è stata una priorità per l'azienda, che adotta da sempre un approccio consulenziale nell'ascolto del cliente e nell'analisi delle sue necessità, per costruire una relazione collaborativa proficua per entrambi. «Siamo fornitori di almeno 4 o 5 delle prime 7 aziende in ogni settore – ha specificato Missaglia – parliamo del mondo bancario, del farmaceutico, ma anche del mondo della logistica. E siamo fornitori delle prime 3 società di consulenza, che oggi utilizzano i nostri prodotti per i propri processi».

INDUSTRIA ITALIANA

FABBRICHE, TECNOLOGIE ABILITANTI E B2B TECH PER FAR CRESCERE L'ECONOMIA

15/04/2024

Oltre a crescere in fatturato e clientela, l'azienda sta crescendo anche come risorse, tanto che in media sta inserendo nei suoi ranghi 7 nuove persone ogni mese. Per il 2024, SB Italia ha obiettivi ambiziosi sia da un punto di vista finanziario, con un target di 47 milioni di euro di fatturato, sia in termini di ampliamento del portfolio di soluzioni, sia di espansione territoriale, con la prossima apertura di nuove sedi in Italia e in Europa, queste ultime molto probabilmente tramite l'acquisizione di aziende in loco. Un ulteriore obiettivo sarà quello di mantenere la presenza dell'azienda nella classifica Top 100 Idc Software & Servizi, dove è presente per il sesto anno consecutivo, e allungare la lista di citazioni (già tre consecutive) al premio "Best Performer in termini finanziari" del Corriere Economy.



SB Italia è divisa in due business unit rispettivamente per le soluzioni e per i servizi.

Il punto di svolta



Paolo Scaroni, presidente di Enel.

SB Italia, fino a circa 3 anni fa, faceva l'87% del suo fatturato in Lombardia. E arrivava al 93% aggiungendo il Piemonte. Il punto di svolta che ha determinato un ampliamento degli orizzonti dell'azienda è stato probabilmente l'ingresso nella proprietà del private equity europeo Argos Wityu, che ha portato – oltre a nuovi capitali – nuove persone nel consiglio di amministrazione, fra cui **Pietro Scott Jovane** (presidente) e **Paolo Scaroni** (già amministratore delegato di Enel ed Eni, e oggi presidente Enel). È stato allora che sono stati determinati i tre pilastri dello sviluppo futuro dell'azienda: espansione geografica in Italia e all'estero, forte impulso alle soluzioni proprietarie e focus dell'offerta per industry e settori verticali (quali human resource e procurement). Accanto a questi punti forti, sono state messe in atto iniziative specifiche a supporto dei piani di digitalizzazione del Paese sostenuti dal Pnrr, e si è messa in preventivo una certa quota di crescita non organica (ovvero, per acquisizioni).

Per quanto riguarda l'espansione geografica, è di pochi mesi fa l'apertura della filiale per l'Emilia Romagna a Reggio Emilia, ed è prevista a breve l'apertura di una filiale per il Triveneto. Sempre nei prossimi mesi, dovrebbe essere ufficializzata l'apertura di una sede su Roma, tramite l'acquisizione di un player locale. C'è da dire che il piano di acquisizioni (che riguarda anche la futura presenza all'estero) è finalizzato a inserire nel gruppo società coerenti sia con gli obiettivi di espansione geografica, sia con quelli del completamento della gamma di soluzioni offerte – pensiamo, in particolare, a società attive nell'Intelligenza Artificiale, o nell'Electronic Content Management, segmento in cui SB Italia punta alla leadership. Per quanto riguarda il portfolio di soluzioni, infatti, SB Italia ha in programma l'ampliamento delle soluzioni verticali di Docsweb, la piattaforma di Enterprise&Process&Content Management, che si affiancheranno alle soluzioni di Digital HR, Digital Procurement Digital Logistic e Digital Compliance già consolidate. Questo piano di crescita dovrebbe spingere SB Italia a un fatturato 2024 intorno ai 47 milioni di euro, con una crescita ancora in buona parte organica.



L'obiettivo di fatturato per il 2024, è di 47 milioni di euro, mantenendo una performance di bilancio del 30% e conto economico e cash flow positivi.

INDUSTRIA ITALIANA

FABBRICHE, TECNOLOGIE ABILITANTI E B2B TECH PER FAR CRESCERE L'ECONOMIA

15/04/2024

Le soluzioni SB Italia

«Fin da quando ho aperto SB Italia, nel 2004, avevo deciso che dovevamo focalizzarci sul mondo delle soluzioni – ha dichiarato fra l'altro Massimo Missaglia, un lungo passato in IBM, ceo e fondatore di SB – la logica che trainava l'idea era di aiutare le aziende nello strutturare le architetture adeguate all'azienda stessa, ma soprattutto di allargare il mondo delle soluzioni che, allora, erano tipicamente legate al sistema informativo. Tutte le aziende avevano un Erp, ma ci si preoccupava poco dei processi interni all'azienda, che tipicamente non erano gestiti». Con questa logica sono nate le soluzioni di maggiore successo di SB Italia, per esempio quelle sulla firma digitale. «Abbiamo investito molto sulle tecnologie di firma digitale negli ultimi 20 anni – prosegue Missaglia – Abbiamo costruito una piattaforma, che si chiama la AgileSign, per poter applicare i concetti di firma a tutti i livelli. Al contrario di ciò che molti pensano, l'Italia è avanti sulla firma digitale, rispetto anche a Francia e Spagna che stanno per partire. Il concetto di firma in Italia è molto strutturato, oggi noi utilizziamo tutte le tipologie di firma, semplice, avanzata, qualificata, in funzione del tipo di documenti del processo che abbiamo applicato. Gli strumenti internazionali di origine tipicamente anglosassone, per quanto diffusi, hanno logiche diverse, quindi si focalizzano tipicamente sulla firma semplice, mentre noi abbiamo tutte le firme qualificate, opponibili anche in caso di condizioni legali». SB Italia in pratica ha realizzato una piattaforma che, in un'unica soluzione, permette alle aziende di applicare qualsiasi tipologia di firma, sia in maniera strutturata, quindi da firme che arrivano da un workflow aziendale, sia in maniera estemporanea, ma sempre strutturata, quindi con logiche di lancio di workflow estemporaneo, perché un documento deve poter essere firmato da tutti gli interessati sempre rimanendo nel dominio digitale. E rimanendo in una sola soluzione, perché invece fino a oggi molte aziende usano strumenti diversi complicando di fatto la gestione della firma stessa.



Fra gli altri obiettivi strategici, la leadership nel settore Electronic Content Management, l'introduzione dell'AI nelle soluzioni, e l'espansione all'estero.

Un altro segmento coperto dalle soluzioni SB Italia è quello della **conservazione digitale dei documenti**. «Abbiamo lavorato tantissimo negli anni, per cercare di dare il massimo della qualità – conferma Missaglia – quindi abbiamo spinto sui temi, soprattutto di digitalizzazione e di conservazione. Siamo diventati conservatori Agid da subito, ma sicuramente non siamo rimasti fermi, perché all'inizio in realtà era una certificazione molto leggera, ma nel tempo invece è diventata piuttosto pesante». Tematica collegata è quella della fatturazione elettronica, nella quale SB ha già introdotto i protocolli europei. In generale, il 2024 vedrà poi SB Italia spingere con maggiore decisione sulle soluzioni "verticali", dove però per verticale non si intende specifici mercati, ma piuttosto specifiche aree di processo, come per esempio la gestione delle Human Resource. «Noi non abbiamo scelto di lavorare per cluster industriali – spiega Missaglia – ma abbiamo scelto di lavorare per cluster di processo. Quindi, se andiamo a vedere i clienti che stiamo acquisendo, sono clienti che operano un po' in tutti i settori. Un esempio è il digital HR: è un processo che riguarda tutti, quindi stiamo lavorando su tutte le tipologie di aziende, tendenzialmente di fascia alta. Non perché noi abbiamo qualche preclusione, il fatto è che più dipendenti ho, più è importante avere i processi digitalizzati. Ecco perché stiamo lavorando tendenzialmente su grosse organizzazioni, un po' in tutti i settori».

Una questione di risorse



Natasha Perfetti, direttore marketing & comunicazione di SB Italia.

Un'azienda che cresce ha bisogno di trovare persone competenti e capaci cui affidare i nuovi progetti, e questo aspetto sta diventando molto critico per moltissime aziende italiane di tecnologia. SB Italia, invece, non sembra avere grandi preoccupazioni da questo punto di vista, e nel 2024 ha addirittura aumentato il numero medio di inserimenti in azienda, che oggi viaggia intorno alle 7 nuove risorse al mese. Qual è il segreto? «Le persone sono il cuore pulsante di SB Italia, fin dal 2004 – ha detto Natasha Perfetti, direttore marketing & comunicazione di SB – E la cosa che mi piace, in questa azienda, è la cultura delle persone che c'è all'interno. Certo, non ci nascondiamo che possono esserci difficoltà per trovare persone e talenti, perché le tecnologie cambiano, e le figure che cerchiamo continuano a modificarsi. Per questo stiamo facendo un lavoro di formazione costante per reperire nuove persone». In pratica, constatato che la scuola non è ancora in grado di formare le professionalità di cui il mercato ha bisogno, SB Italia insieme a Randstad (fra le principali agenzie per il lavoro in Italia) ha creato da alcuni anni una vera e propria scuola che, attraverso un corso di due anni post-diploma, consente di fornire ai giovani gli skill tecnologici necessari per integrarsi rapidamente in azienda. I corsi vanno sotto il nome di **Its Tech Talent Factory**, come la fondazione che li promuove, di cui SB Italia è fondatore. I percorsi sono articolati su circa **2.000 ore di formazione**, di cui **800 in stage** presso le aziende che aderiscono al progetto. Sempre in tema di risorse umane, SB

Italia si sta anche impegnando in un percorso per la parità di genere, e allo scopo ha anche dato vita a un comitato strategico che ha già ottenuto la certificazione Pdr 125. Grazie alla piattaforma integrata, alle soluzioni verticali di processo, e al flusso di nuove figure garantito dal sistema di formazione, SB Italia si prepara dunque a un 2024 davvero intenso. «Il 2024 sarà un altro anno di grandi e stimolanti sfide per SB Italia – ha aggiunto Missaglia – Vogliamo continuare a essere un punto di riferimento per i nostri clienti nei progetti di Trasformazione Digitale con soluzioni all'avanguardia, e per farlo vogliamo espandere la nostra presenza, prima in Italia e poi varcando i confini nazionali, ampliare le soluzioni e investire sulle persone, valorizzandole al meglio il potenziale, anche attraverso una politica di parità di genere».