

ds DATA SYSTEMS

CINA/Software e moda: ds Data Systems guarda a Oriente

Nel mirino di ds Data Systems ci sono India e Cina: due aree in forte sviluppo che rappresentano la "nuova frontiera" del software del fashion system. Con importanti progetti ora ai blocchi di partenza.

Il software del fashion system guarda a Oriente. La parola ad **Alberto Forchielli**, a.d. di ds Data Systems, reduce da una missione in Cina e in India che ha portato esiti più che soddisfacenti per l'azienda di Parma, leader nella progettazione e sviluppo di software gestionali.

ds Data Systems è una delle poche aziende italiane che riesce a competere con i principali player internazionali e che offre soluzioni verticali dedicate con **un focus sul mercato della moda e dei beni di lusso**. Oltre che in Italia, ds Data Systems ha sedi in Francia e Spagna e clienti con installazioni in tutta Europa (Francia, Spagna, Svizzera, Uk, Belgio, Germania, Austria) e in Paesi extraeuropei (Giappone, Corea, Taiwan, Cina, Australia, Usa, Canada).

Ultima novità, l'apertura di una società a Calcutta, nel West Bengala, la "nuova frontiera" del software. E ora, in ds, sono in rampa di lancio **nuovi progetti in Cina**.

Forchielli, esperto di rapporti economici tra imprese italiane e i Paesi del Far East, è presidente di Osservatorio Asia, che in autunno promuoverà un convegno sul tema "INDIA CINA. La diversità come opportunità" (8-9-10 novembre 2005, Imola, Forlì, Bologna).

Dottor Forchielli, perché questa missione di ds in India e Cina?

Nel campo del software, India e Cina rappresentano un contesto di grande spessore economico e industriale. E oggi, per una piccola-media impresa italiana che voglia rimanere sul mercato, non è pensabile non avere punti di riferimento in quei Paesi.

Facendo focus sulla Cina, quali sono le prospettive di mercato che intravede per ds?

Esiste senz'altro un'ottima prospettiva di breve-medio periodo nel settore fashion e di lungo periodo in quello finanziario. Nel campo della moda, in particolare, in Cina si prospetta una forte crescita del mercato interno, con lo sviluppo di marchi forti e di sistemi distributivi su scala multipla rispetto all'Europa. Un mercato che, peraltro, ha un ritmo di crescita del 15% l'anno.

Questo, cosa comporterà nel campo del software?

I pacchetti ERP potranno avere un ottimo mercato, trovando utilizzo per una gestione avanzata. Per prima cosa, ci porremo al servizio delle imprese italiane ed europee che vogliono aprire catene di negozi in Cina. In seguito, potremo proporci al servizio anche dei mega-marchi cinesi.

Per ds, ci sono già esempi di collaborazione significativi, in Cina, con le griffe occidentali del lusso?

Da tempo collaboriamo con il Gruppo Ermenegildo Zegna: ds ha aperto alla Cina eseguendo l'installazione del software del gruppo Sharmoon, che fa campo al marchio italiano. Nel prossimo futuro, invece, rafforzeremo le nostre posizioni con il gruppo taiwanese Top Soft, con il quale creeremo un centro di installazione e supporto a Shanghai.

Che obiettivi, dunque, si propone ds attraverso la nuova apertura di società in Oriente collegate alla casa-madre?

In India puntiamo a creare un centro di eccellenza per la produzione del software; mentre in Cina costituiremo un centro di supporto per i clienti europei con operazioni produttive o distributive in Asia che sia anche in grado di cogliere le opportunità di sviluppo commerciale che matureranno con lo sviluppo delle nuove aziende locali.



Alberto Forchielli
Amministratore delegato
ds Data Systems



Alcuni clienti ds Data Systems nel mercato Moda e Lusso:

Atelier Aimée
Bulgari
Canali
Colori
Eden Park
Glam On Web (Gruppo La Perla)
Hackett
Lanvin
Le Chateau
Loro Piana
Manifatture di Riese - Navigare
Oceano
Samar
Sharmoon (Gruppo Zegna)
WP

CINA/Software e moda: l'importanza del modello occidentale

In Cina, con l'esplosione del settore tessile e della moda, si è man mano affermata l'importanza del ruolo dell'ICT nell'evoluzione del business.

La maggiore criticità dell'offerta locale di software è legata alla lingua, alle competenze di settore e alla tecnologia di base utilizzata. Le soluzioni locali, anche se perfettamente adeguate alle attuali esigenze delle aziende produttrici e distributrici cinesi, sono carenti se paragonate alla copertura funzionale richiesta dall'organizzazione delle aziende occidentali che vogliono attuare una strategia di integrazione produttiva o distributiva in Cina.

Infatti, l'azienda occidentale impegnata in una **joint-venture in Cina** trova grandissime difficoltà nell'attivare un'organizzazione e una logica di gestione che, se da un lato fanno parte della cultura d'impresa della casa madre, dall'altro sono l'unico strumento efficace per effettuare un controllo della gestione propria e del partner locale.

La maggiore difficoltà è sicuramente quella della lingua, ma non è da sottovalutare il fatto che i modelli operativi di un'azienda occidentale sono a tutti noi familiari perché praticati da almeno 20 anni, mentre nella realtà cinese, in cui il costo del lavoro è talmente basso da non giustificare nemmeno l'automazione delle più semplici attività di tipo impiegatizio, tutti questi processi sono modalità sconosciute. D'altra parte per la società occidentale che incomincia a operare in Cina è **vitale poter gestire e controllare a distanza**, in modo efficace e puntuale **i processi locali**, garantendo la necessaria flessibilità operativa locale e il **controllo centralizzato secondo le logiche di gestione tipiche alla casa madre**. In questo processo di informatizzazione dell'azienda in Cina, il partner occidentale si trova a ripercorrere il percorso che nella cultura organizzativa occidentale ha fatto negli ultimi vent'anni, lavorando in termini di micro-organizzazione, per costruire per passi il sistema di gestione di base, che poi negli anni verrà fatto evolvere per portarlo a livelli di efficienza quasi occidentali. **Bruno Zuccaro**



Bruno Zuccaro
Direttore mercato Moda e Lusso
ds Data Systems

ds Data Systems
Via Uguzzolo 121/A
43100 Parma
tel. 0521 2781
www.dsdata.com