



B&P

Barabino & Partners

Consulenza di direzione in Comunicazione d'Impresa

01net^{HOME}

Data

13 LUG 2005

Computer Dealer & Var

Il pragmatismo di Tai

Valerio Mariani



La voce di **Fabrizio Ghelarducci**, direttore di Tai, rivenditore a valore aggiunto in area Sun, è fuori dal coro. Quando prende la parola all'interno del nostro Faccia a faccia con il business, il manager parte da alcune precise riflessioni per arrivare poi a chiedere una vera «*valigetta di soluzioni da andare a vendere domattina*». «*Innanzitutto ci troviamo di fronte - afferma Ghelarducci - a una comunità che sviluppa soluzioni secondo una certa filosofia.*

L'open source, dunque, non è un modello di business, ma di sviluppo. Inoltre - prosegue il manager -, ci sono migliaia di progetti open e sfido le aziende a scegliere quello giusto. Anche perché "apertura" non è sempre sinonimo di qualità come insegna Internet dove si può trovare di tutto, ma senza garanzia di affidabilità». Secondo Ghelarducci, «è in atto un processo di riformulazione dell'offerta che non può essere paragonabile a quello che è stato finora il modello d'offerta che si applica all'informatica tradizionale da vent'anni perché, ripeto, open source non è sinonimo di gratuità relativo a un prodotto, ma a un modello di sviluppo». Il manager di Tai pone così l'accento sulla necessità di vendere questo tipo di soluzioni, «perché non basta proporle, bisogna venderle per fare business e non a tutti gli operatori di canale è chiaro come fare business». Anche perché, un modello basato su soluzioni open fa perdere il "diritto di prelazione" di un cliente: «Adesso il cliente non è più mio - sottolinea Ghelarducci -, chi compra open, proprio per la natura stessa di questi applicativi, è in grado di cambiare fornitore. Il cliente ha così la possibilità di sostituire le capacità con quelle di un altro e solo chi coglie questa sfida è in grado di fare business per i prossimi dieci anni, gli altri no». «Al Var - suggerisce ai vendor Ghelarducci - dobbiamo fornire soluzioni che facciano vendere. Per questo bisogna conoscere il valore del Var stesso e le sue capacità. E le sue competenze devono essere tali da differenziarsi per essere inserite in una soluzione di infrastruttura globale».