



Relatech, dopo l'M&A punta alla crescita

Digitale

Più spazio ai ricavi ricorrenti con i nuovi servizi di membership

Matteo Meneghella

L'ultima trimestrale ha visto i ricavi crescere del 73% (sui 9 mesi), ma ha in parte deluso, soprattutto sul piano della marginalità, le aspettative degli analisti, che ora si attendono un rallentamento. L'orizzonte di Relatech, digital enabler quotato su Egm dal 2019, è però proiettato in avanti; ed è nel lungo periodo che l'azienda punta a diventare, per posizionamento e capacità di cogliere le opportunità dei megatrend, un nuovo campione del digitale italiano, seguendo il percorso già compiuto da player come Reply e Sesa (pur se con business model e contesti diversi).

La strada è tracciata. Innanzitutto per i prossimi trimestri, quando la società dovrebbe iniziare a mettere a terra le prime sinergie legate alle ultime acquisizioni; si attende poi, sempre nei prossimi mesi, il debutto e la messa a regime della piattaforma di membership con cui la società punta a ristrutturare l'offerta, guardando alla domanda espressa dalla piccola industria italiana, con benefici sul conto economico in termini di maggiori ricavi ricorrenti (oggi è il 38% del totale); infine, a tendere, c'è la crescita (l'azienda ha ancora risorse in cassa per altre operazioni di M&A) che – pare di capire – potrebbe non passare per la Borsa, viste le difficoltà di un Egm che sta sempre più stretto alle midcap pronte a scattare. «Siamo a un punto di svolta – spiega Pasquale Lambardi, presidente e fondatore di Relatech –. Ci siamo lasciati alle spalle l'ultima stagione di crescita per linee esterne, che abbiamo iniziato a proget-

tare prima dell'acquisizione e che ci ha portato una dimensione proiettata verso i 100 milioni, triplicando il giro d'affari precedente all'avvio del percorso di M&A. Con le acquisizioni, però, non abbiamo mai cercato solo la crescita dimensionale, ma l'integrazione di competenze per avere un portafoglio strutturato. Ora è il momento di avviare una nuova fase».

Negli ultimi due esercizi l'azienda ha acquisito, tra le altre, Efa automazione, realtà data driven leader nell'automazione con un portafoglio di clienti di grosse dimensioni nell'alimentare; quindi nell'edge computing la romana Iot Catalyst, con un software proprietario adottato da molti gestori di torri Tlc; infine il gruppo genovese Sigla, con un forte legame nell'Industry. Con questa nuova dimensione l'azienda ritiene di avere le carte in regola per sfruttare l'ondata lunga degli investimenti in trasformazione digitale dell'industria italiana, che ancora non accenna a placarsi. L'azienda si prepara a varare una piattaforma di offerta via membership che vuole essere un acceleratore per le realtà intenzionate a investire nel digitale non in maniera spot ma sistematica. «Vogliamo sviluppare – spiega Lambardi – un modello di open innovation che permetta lo scambio di practices sia verticale che orizzontale, dando alle Pmi la possibilità di beneficiare dell'esperienza costruita da Relatech con i clienti di maggiori dimensioni. Un club tecnologico con cui arricchire il cliente».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Il presidente
Pasquale Lambardi:
«In questi anni
triplicati i ricavi, ora
l'offerta è integrata»**



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

161303