

# DATA MANAGER

LA RIVISTA PROFESSIONALE DELL'INFORMATICA

ANNO XXXI - N. 258 - GENNAIO/FEBBRAIO 2005 - Poste Italiane SpA - Specializzazione in abbonamento postale - D.L. n. 353/2003 (conv. in L. n. 27/2/2004, art. 40) Art. 1, comma 1 - DCPI Milano - € 7

COVER STORY

Giuseppe Bertolini

# Selta

## EVOLUZIONE DELLA SPECIE

**SPECIALE INFOSECURITY · STORAGE EXPO · DOCUMENTATION 2005**  
**LA BI PER LE RISORSE UMANE · SERVER E INFRASTRUTTURA IT**

"VISITA" DATA MANAGER ONLINE  
[www.datamanager.it](http://www.datamanager.it)

## primopiano avvenimenti



**Alberto Daprà,**  
presidente e Ceo di TXT  
e-solutions

>> come rapportarci con la Cina, seguita da Mediaset, che ha illustrato le prospettive di mercato della televisione digitale terrestre. Hanno



**Francesco Maderna,**  
responsabile delle strategie  
di mercato di TXT e-solutions

proseguito poi Microsoft, che ha parlato di convergenza digitale, security ed economia dell'innovazione, seguita da Banca Intesa che ha illustrato

le strategie del gruppo per il finanziamento alle Pmi per l'innovazione. Il dibattito si è concluso con l'intervento di **Filippo Roggero, presidente di Assinform**, che ha fatto notare come la spesa It continui a decrescere in Italia, per cui le nostre imprese dovranno necessariamente investire di più in tecnologia per recuperare in competitività.

Gli incontri sono proseguiti con due serie di sessioni parallele di approfondimento, la prima dedicata alla sfida dell'interazione tra vecchi e nuovi media, mentre nella seconda era affrontato il tema dell'innovazione nei settori manifatturiero e retail.

## PDforum: il "punto" sul mercato PDM/PLM

Secondo un'indagine realizzata da PLM Systems il segmento crescerà con un tasso superiore al 20%

di **Luca Bastia**

Il 24 e 25 novembre scorsi si è svolta a Milano la 5ª edizione di **PDforum**, evento organizzato da PLM Systems - Altea Network Group ([www.alteanetwork.it](http://www.alteanetwork.it)) e dall'Istituto Internazionale di Ricerca, interamente dedicato al Product Development e al Product Lifecycle Management. La conferenza ha rappresentato l'occasione per una analisi dell'andamento e dell'evoluzione del mercato PLM, con particolare attenzione alla situazione italiana.

Sia pure in un contesto di difficoltà del mercato italiano dell'Information & Communication Technology, e in particolare di flessione degli investimenti Ict nel settore industriale (-6,6% nel 2004), l'indagine di PLM Systems prevede una crescita del mercato PDM/PLM superiore al 20%.

L'indagine riscontra inoltre un significativo incremento sia dei posti di lavoro installati (oltre 12.000, +37% rispetto ai dati 2003) sia del numero di nuove aziende che si sono

dotate di sistemi PDM/PLM (oltre 150, +18% rispetto ai dati 2003). I risultati dell'indagine, che analizza anche la presenza sul mercato italiano dei principali fornitori di prodotti PDM/PLM, sono consultabili sul sito di PLM Systems (<http://www.plm-systems.com>).

L'amministratore delegato di PLM Systems **Alberto Codrino**, ha infine così sintetizzato, nel corso del suo intervento, le principali linee evolutive del mercato italiano: «L'ulteriore espansione del mercato dipenderà fortemente dalla "penetrazione" della tecnologia PDM/PLM presso le piccole e medie imprese; le recenti evoluzioni dell'offerta di software e servizi consentono ora anche a esse di trarre vantaggi competitivi dal PLM; mentre la tendenza dei grossi gruppi industriali a delegare sempre più non solo la produzione ma anche la progettazione di sistemi e sottosistemi ne renderà necessario l'utilizzo da parte di tutte le aziende che partecipano alla supply chain».

«Per quanto riguarda

l'evoluzione dell'offerta «il mercato inizia a proporre sia soluzioni specificamente indirizzate al mercato delle Pmi sia applicazioni verticali (per settori di attività o per domini specifici: document management, gestione della distinta base, controllo di configurazione, ecc.) che contribuiscono alla riduzione dei tempi di realizzazione delle applicazioni - ha proseguito Codrino -». Inoltre la maggiore disponibilità di risorse operanti nel settore della consulenza su sviluppo prodotto e realizzazione di sistemi PLM ha indotto una riduzione dei costi dei servizi di consulenza».

«A fianco delle aziende tradizionalmente interessate al PLM (settore aerospaziale, automobilistico, meccanico, elettronico e, più recentemente, impiantistico) - ha infine concluso Codrino riferendosi all'evoluzione della domanda -, iniziano a investire nuovi settori quali: beni di consumo (Consumer Product Goods); articoli sportivi, moda e tessile; distribuzione e petrolchimico».

DM