Sul cosa, avevo ragione.
Sul quando, no.

2006–2026.

Vent'anni di Every Software Solutions: intervista a Roberto Di Martino, fondatore e CEO

Il 1° novembre 2006 Every Software Solutions iniziava la sua attività, con una scommessa del suo fondatore, Roberto Di Martino: che il software sarebbe passato da prodotto a servizio. Vent'anni dopo gli abbiamo chiesto cosa è andato come previsto, cosa no, e cosa viene adesso.



LA SCOMMESSA

Novembre 2006. Every nasce con una visione che allora aveva tutta l'aria di un azzardo: «Cloud e SaaS sostituiranno nel tempo le Licenze d'Uso». Cosa avevi visto?

Il software, allora, era quasi sempre un prodotto: il cliente lo comprava in licenza, lo installava sui propri server e ne gestiva manutenzione e aggiornamenti. Ero convinto che quel modello fosse destinato a cambiare. Non mi interessava il Cloud in sé, ma quello che rendeva possibile: smettere di possedere il software e usarlo come un servizio, sempre aggiornato e disponibile, capace di crescere ed evolvere insieme all'azienda.

A quei tempi, l'obiezione più frequente era sul costo: il nostro canone costava ogni anno circa un terzo di una licenza. E il conto, a molti, sembrava semplice: «In tre anni pago quanto la licenza più due anni di manutenzione, e poi continuo a pagare?». Ma confrontavano voci diverse. Nel canone c'era anche tutto quello che nel modello tradizionale restava un costo nascosto: l'infrastruttura, il backup, l'evoluzione funzionale e tecnologica, la disponibilità 24 ore su 24, il supporto continuo, le misure di sicurezza.

Un'altra obiezione ricorrente era: «E se non dovessi avere Internet?». Oggi fa sorridere, ma allora non era solo diffidenza: per molto tempo è stato un limite vero. C'erano stabilimenti interi collegati con connessioni più lente e meno stabili di quelle che oggi si ottengono con qualunque contratto domestico da pochi euro al mese. Quella domanda è sparita una decina di anni fa.

Poi c'erano le paure: che potessimo vedere i loro dati, che li perdessimo, che il servizio si fermasse e, con lui, il loro lavoro.

E non era facile nemmeno parlare con le grandi aziende dell'informatica e delle telecomunicazioni, potenziali partner che pure cercavano soluzioni Cloud da offrire. Noi pensavamo a una sola piattaforma condivisa tra tutti i clienti; il modello che loro concepivano era un server per ciascuna azienda. Nel 2008 il programma internazionale «SaaS Specialty» di IBM ha certificato la nostra soluzione di allora, che avevamo riprogettato per servire molti clienti con una sola installazione. Siamo stati i primi in Italia a ottenere quella certificazione. Mentre qui faticavamo a spiegare la nostra architettura, a livello internazionale il mercato andava proprio in quella direzione.

In sostanza, la visione era questa: invece di comprare licenze e far girare il software su infrastrutture proprie, da manutenere, aggiornare, sostituire e… gestire, le aziende avrebbero acquistato sempre più spesso un diritto di accesso a un servizio che comprende tutto ciò che serve per usarlo. «Software as a Service», appunto.

Di quella previsione, che cosa hai sbagliato?

Sul cosa ci avevo visto giusto: le forme che il Cloud ha preso sono quelle che immaginavo, e le convinzioni di allora sono state confermate dai fatti.

Sul quando, no… ho sbagliato alla grande! Pensavo a un percorso di tre-cinque anni per arrivare a un giro d'affari composto sostanzialmente da servizi in cloud. Ce ne sono voluti dodici-quindici, di anni.

In passato, mi è capitato altre volte di vedere una direzione con molto anticipo e di sbagliare i tempi di questi ordini di grandezza. Ma arrivare presto ha un grande vantaggio: quando il mercato cambia davvero, ci si arriva con un'esperienza e una soluzione più mature di quelle di chi nasce dopo. Per un'azienda delle nostre dimensioni è essenziale: è così che si viene riconosciuti tra gli attori di riferimento nella propria specializzazione.

VENT'ANNI DI STRADA

C'è stato un momento in cui hai temuto di non farcela?

Sì, negli anni successivi alla crisi del 2008, anni in cui abbiamo perso una parte importante del nostro fatturato. È stato l'unico momento di vera paura: le medie aziende italiane, che allora erano il nostro mercato, erano in stallo, in una sorta di immobilismo decisionale. Decidevano soltanto cosa e dove tagliare. L'impatto era duplice: i clienti riducevano le attività tradizionali e rinviavano le scelte più strategiche.

Ne siamo usciti con scelte radicali e grazie a tutte le nostre persone, che nei momenti più difficili hanno dimostrato un grande senso di responsabilità e di appartenenza.

Abbiamo rafforzato le competenze tecnologiche e investito di più nella soluzione. Poi abbiamo cambiato bersaglio, puntando alle grandi aziende. Ma una realtà come la nostra non entra in una grande azienda con un'offerta generalista: serviva una specializzazione. E ce l'ha indicata un cliente.

Quale specializzazione? E perché proprio quella?

Nel 2011 un'azienda che già usava Share, la nostra piattaforma per digitalizzare gli scambi con la supply chain, ci ha chiesto di configurarla per distribuire le SDS, le Schede Dati di Sicurezza. Sono i documenti che accompagnano i prodotti chimici pericolosi, e le normative vigenti chiedono di consegnarli in modo rigoroso e tracciato. E abbiamo capito presto che era un

problema serio, ma ancora poco presidiato anche dalle grandi aziende. Così è nato SDS-Delivery.

Poi ci siamo accorti che per ogni azienda che distribuisce le SDS ce ne sono migliaia, i suoi clienti, che le devono ricevere, archiviare, consultare e tenere aggiornate. Per loro è nato SDS-Drive. In seguito, un grande cliente industriale ci ha fatto capire che sarebbe stato molto utile trasformare automaticamente i documenti in dati, e nel 2016 abbiamo co-fondato ChemParser, una società dedicata solo a questo, che è tuttora il nostro partner di riferimento. Oggi tutto questo, e molto altro, è SDS-FullService.

Sembra che le cose capitino per caso. In realtà è il nostro modo di lavorare: siamo molto guidati dai clienti, ma quando qualcuno ci racconta una sua esigenza non la guardiamo mai come un progetto su misura. Cerchiamo di vederci una soluzione standard, da offrire a tutto il mercato. Si tratta di collegare i puntini, e i puntini sono le richieste dei clienti. Praticamente tutte le nostre soluzioni sono nate e cresciute così.

E succede ancora oggi: quest'anno un'azienda ci ha chiesto una soluzione per gestire la normativa Seveso III. L'abbiamo progettata come standard, e altri clienti la stanno già chiedendo prima ancora che la presentiamo al mercato.

Nel software le economie di scala le fa chi è grande. Every ha preso un'altra strada: scelta o limite?

Una scelta, che ha anche un prezzo.

Non abbiamo mai misurato la crescita con il numero di persone: per una società come la nostra contano le competenze e la specializzazione. Una struttura raccolta tiene vicini chi ascolta un'esigenza, chi progetta la soluzione e chi poi la fa evolvere.

Il prezzo da pagare è che certi pesi non si riducono con le dimensioni. La sicurezza e la compliance chiedono a noi lo stesso impegno di un'azienda molto più grande: gli stessi audit, certificazioni e obblighi normativi. Ma è anche questo che i nostri clienti si aspettano da noi.

Le economie di scala, in un certo senso, le abbiamo comunque: stanno nell'architettura. È proprio l'idea del 2006, quella che i potenziali partner non capivano: una sola infrastruttura, una sola soluzione software, Share, condivisa da tutti i clienti e configurabile senza personalizzazioni. Ogni esigenza che diventa uno standard può servire subito tutti, e il lavoro da fare non cresce in proporzione ai clienti. Da otto anni più della metà dei nostri ricavi è ricorrente, e oggi siamo vicini all'80%. Sono ricavi che si rinnovano ogni anno, perché i clienti continuano a usare le nostre soluzioni. E negli ultimi tre anni tutti i nuovi contratti sono nati da aziende che ci hanno cercato loro.

Persone e clienti che restano per vent'anni. Non c'è il rischio di abituarsi?

Con i clienti, abituarsi è quasi impossibile: da loro spesso cambia tutto. In tante aziende clienti con cui lavoriamo da molti anni, talvolta fin dall'inizio, sono cambiati proprietari, amministratori delegati, responsabili IT, direttori acquisti. In alcuni casi non c'è più nessuna delle persone con cui avevamo cominciato, e ogni volta la fiducia va riconquistata con chi arriva.

Noi, invece, siamo una costante, anche per loro, e lo siamo grazie alle nostre persone: molti nostri collaboratori sono con noi da sempre. Il loro valore non è l'anzianità, ma il fatto che sono cambiati insieme all'azienda, affrontando tecnologie, prodotti e mercati nuovi. È una delle cose di cui vado più orgoglioso.

I riconoscimenti a cui teniamo di più li abbiamo condivisi con i clienti: nel 2013 Borbonese ha ricevuto il Best Cloud Award per il progetto realizzato con Share; nel 2024 il progetto SDS-FullService con E.Miroglio ha vinto il premio Sostenibilità ai Digital360 Awards.

OGGI, E I PROSSIMI VENT'ANNI

È cambiato anche il modo in cui le aziende valutano e acquistano una soluzione software?

Moltissimo, è cambiato moltissimo.

Se dovessi sintetizzare quello che vediamo nelle trattative: fino a qualche anno fa dedicavamo forse l'80% del tempo a parlare della soluzione: funzionalità, processi, modalità di utilizzo e, naturalmente, costi. Sicurezza, compliance e aspetti contrattuali erano presenti, ma occupavano una parte molto più limitata della discussione.

Oggi, soprattutto lavorando con organizzazioni strutturate, il rapporto si è praticamente invertito. Indicativamente, il 30% della prevendita riguarda la soluzione e il restante 70% viene assorbito da sicurezza, compliance, privacy e aspetti legali.

Non significa che il prodotto sia diventato meno importante. Significa che un'azienda non valuta più soltanto che cosa fa una soluzione, ma anche come viene erogata, come vengono protetti i dati, quali requisiti rispetta e quali garanzie può offrire il fornitore nel tempo. E anche un contratto firmato non è più un punto di arrivo: le policy dei clienti e le normative cambiano, e noi le seguiamo.

E le paure del 2006 sui dati? Ci sono ancora?

Sì, ma hanno cambiato natura. Le paure di allora (che vedessimo i dati, che li perdessimo, che il servizio si fermasse) oggi hanno un nome: riservatezza, integrità e disponibilità. E sono diventate requisiti che le aziende verificano. Il nostro Sistema di Gestione della Sicurezza delle Informazioni è certificato ISO 27001 dal 2021, e nel 2025 l'Agenzia per la Cybersicurezza Nazionale ci ha inclusi fra i soggetti importanti ai sensi della normativa NIS-2, con gli obblighi di sicurezza che ne derivano.

Vent'anni fa la svolta era il Cloud, oggi è l'Intelligenza Artificiale. Che cosa cambia davvero, con l'AI? E che cosa non le affideresti?

Il Cloud ha cambiato il modo in cui il software viene distribuito, usato e aggiornato. L'Intelligenza Artificiale sta cambiando il software stesso: come lo si sviluppa e lo si manutiene, e anche cosa è in grado di fare. Chi ritarda nell'adozione dell'AI rischia di lasciare alla concorrenza un vantaggio difficilmente recuperabile.

Internamente l'abbiamo adottata presto: dopo una fase di sperimentazione per tutto il 2023, a inizio 2024 abbiamo portato tutte le nostre persone in un percorso di formazione, la Every SWS AI Academy, e oggi l'AI è uno strumento di lavoro in tutte le aree dell'azienda. Nelle soluzioni la stiamo introducendo con più misura: alcune funzioni sono già disponibili ai clienti, ma in certi contesti l'AI richiede ancora cautela.

Per me è un enorme potenziatore delle capacità umane: fa risparmiare tempo, a volte in modo clamoroso, ma soprattutto migliora la qualità del risultato. A una condizione: che l'AI lavori in squadra con una persona competente sul tema. Competente e non supponente.

Anche questa intervista nasce dall'idea del nostro Marketing&Communication, e io l'ho rivista lavorando con un'AI. Ma i fatti e le opinioni sono miei: l'AI mi ha aiutato a ordinarli e a metterli per iscritto, in un decimo del tempo che mi sarebbe servito se avessi dovuto farlo da solo. E, inutile negarlo, parecchi spunti me li ha forniti. Alcuni li ho colti e altri no.

Per questo credo che nel 2026 chi guida un'azienda, titolare o manager che sia, debba mettere «le mani in pasta» e usare l'AI direttamente, come faceva all'inizio della carriera, partecipando al lavoro operativo, girando in stabilimento, frequentando i clienti. Delegarla a qualcun altro che la usa al posto suo vuol dire rinunciare a ciò che la rende efficace: la propria competenza.

Quello che non affiderei all'AI sono le decisioni autonome, senza averne discusso prima e senza aver definito il perimetro entro il quale può agire. E le decisioni strategiche, quelle in cui contano l'intuito e la responsabilità di scegliere: lì serve ancora la persona.

Qual è il filo che lega l'Every del 2006 a quella del 2026? E dove la vedi fra vent'anni?

La costante è certamente la fiducia nella tecnologia, accompagnata da una certa diffidenza verso la complessità che frena l'innovazione.

Dietro una soluzione semplice può esserci moltissima complessità tecnologica: il nostro compito è gestirla noi, non trasferirla al cliente. Quando una soluzione funziona bene, chi la usa pensa solo al proprio lavoro. In vent'anni sono cambiati gli strumenti, dal Cloud del 2006 all'AI di oggi, ma il nostro focus è rimasto lo stesso: prendere l'esigenza di un cliente, capirla fino in fondo e restituirla a tutti come una soluzione semplice.

Dove saremo fra vent'anni non lo so. Ma una lezione l'ho imparata: questa volta la previsione la faccio solo sul cosa.

Nel 2006 dicevo che le aziende avrebbero smesso di comprare il trapano e avrebbero cominciato a noleggiarlo. Fra vent'anni, credo, non vorranno più nemmeno quello: vorranno direttamente il buco. Qualcuno dovrà farsi carico di tutta la complessità che c'è dietro: ci piacerebbe continuare a farlo.

Sul quando… ne riparliamo fra vent'anni.