

INTERVISTA TRATTA DAL QUOTIDIANO SARDEGNA24

Le App che vengono dall'Isola

■ Softfobia è un'azienda cagliaritana nata nel 2000 che sviluppa applicazioni per il Web, con partner come Google Italia

di ANDREA TRAMONTE

CAGLIARI. "Software made in Sardinia". C'è un senso di appartenenza molto forte esibito già a partire dallo slogan nel progetto di Softfobia, azienda cagliaritana che opera nel digitale e che nel corso di poco più di dieci anni di vita è riuscita a conquistarsi una bella fetta di mercato nell'ambito dello sviluppo di applicazioni per il mobile e, più in generale, di soluzioni innovative per aziende che si affacciano alla Rete. Non solo foggieglio delle radici, ma un senso più generale di consapevolezza di essere riusciti a fare qualcosa di importante qui nell'Isola e a partire dall'Isola, «senza chiedere soldi alle banche e senza dipendere dal potente di turno per ottenere appalti pubblici, misurandoci con un mercato spietato». La rivendicazione viene da Fabrizio Cocco, l'imprenditore che ha fondato l'azienda nel 2000, nel pieno degli anni ruggenti della new economy e dello sviluppo delle "dot.com". Più precisamente



Il mercato delle App per smartphone e tablet diventerà capillare, entro la fine del 2011, un fatturato di oltre 10 miliardi di dollari. L'espansione dopo l'apertura dell'App Store della Apple

al codice e quello automaticamente fornisce altre informazioni sul cellulare.

In generale l'ambito in cui si misura maggiormente l'azienda è quello, in crescita, delle App. Secondo alcune stime, il fatturato del mercato raggiungerà entro la fine dell'anno i 15 miliardi di dollari, ed è naturale che le aziende abbiano iniziato a presidiare in modo sempre più convinto un segmento destinato ad aumentare vertiginosamente con l'incremento della diffusione di smartphone e tablet. Un'azienda in Sardegna che operi in questo campo ha ottime chance di misurarsi con un mercato globale in fortissima espansione. «Siamo orgogliosi di vivere qui e di non dover espatriare per fare il lavoro che amiamo», dice Cocco. «Nell'Isola c'è stato un bel terreno di coltura per la Rete e con noi lavorano persone che sono cresciute a pane e internet. I salari spesso sono grandi inventori ma non sono abili venditori. Non credono nelle loro intuizioni e aspettano che qualcuno vada a chiederle. Noi cerchiamo invece di vendere le nostre soluzioni e le nostre idee di sviluppo della Rete, anche con faccia tosta».

mente nella loro fase terminale, quando l'isteria collettiva finì con lo scoppio della bolla speculativa e relativa moria di aziende digitali.

«Un'azienda che si confronta col mercato, senza dover chiedere favori per appalti»

Cocco aveva appena terminato gli studi in Economia e commercio, con

tesi di laurea sull'e-commerce, e decise di investire i risparmi messi da parte per aprire una sua azienda. «Il sogno era quello

di riuscire a farcela con un progetto su Internet, che mi sembrava una buona strada da percorrere. In particolare pensavo potesse consentire di esportare intelligenza in modo più semplice e meno costoso».

Softfobia ora ha una ventina di dipendenti, tra lavoratori a tempo indeterminato e non, un fatturato che quest'anno è cresciuto del 25% e clienti soprattutto in Italia. Ad esempio Google, che ha scelto l'azienda come partner di riferimento

italiano per lo sviluppo di applicazioni per il suo Chrome Web Store. Radio 105 si è appoggiata a loro per creare applicazioni per smartphone, con una partnership confermata anche per il 2012. Con il Gruppo Mondadori ha avviato una sperimentazione sul cosiddetto *quartzcode*, un codice pubblicato sui giornali che consente di ricevere ulteriori approfondimenti e servizi sul cellulare. Funziona così: con lo smartphone si scatta una fotografia

"Software made in Sardinia". C'è un senso di appartenenza molto forte esibito già a partire dallo slogan nel progetto di Softfobia, azienda cagliaritana che opera nel digitale e che nel corso di poco più di dieci anni di vita è riuscita a conquistarsi una bella fetta di mercato nell'ambito dello sviluppo di applicazioni per il mobile e, più in generale, di soluzioni innovative per aziende che si affacciano alla Rete. Non solo l'orgoglio delle radici, ma un senso più generale di consapevolezza di essere riusciti a fare qualcosa di importante qui nell'Isola e a partire dall'Isola, «senza chiedere soldi alle banche e senza dipendere dal potente di turno per ottenere appalti pubblici, misurandoci con un mercato spietato». La rivendicazione viene da Fabrizio Cocco, l'imprenditore che ha fondato l'azienda nel 2000, nel pieno degli anni ruggenti della new economy e dello sviluppo delle "dot.com". Più precisamente nella loro fase terminale, quando l'isteria collettiva finì con lo scoppio della bolla speculativa e relativa moria di aziende digitali.

Cocco aveva appena terminato gli studi in Economia e commercio, con tesi di laurea sull'e-commerce, e decise di investire i risparmi messi da parte per aprire una sua azienda. «Il sogno era quella di riuscire a farcela con un progetto su Internet, che mi sembrava una buona strada da percorrere. In particolare pensavo potesse consentire di esportare intelligenza in modo più semplice e meno costoso». Softfobia ora ha una ventina di dipendenti, tra lavoratori a tempo indeterminato e non, un fatturato che quest'anno è cresciuto del 25% e clienti soprattutto in Italia. Ad esempio Google, che ha scelto l'azienda come partner di riferimento italiano per lo sviluppo di applicazioni per il suo Chrome Web Store.

Radio 105 si è appoggiata a loro per creare applicazioni per smartphone, con una partnership confermata anche per il 2012. Con il Gruppo Mondadori ha avviato una sperimentazione sul cosiddetto quarkcode, un codice pubblicato sui giornali che consente di ricevere ulteriori approfondimenti e servizi sul cellulare. Funziona così: con lo smartphone si scatta una fotografia al codice e quello automaticamente fornisce altre informazioni sul cellulare.

In generale l'ambito in cui si misura maggiormente l'azienda è quello, in crescita, delle App. Secondo alcune stime, il fatturato del mercato raggiungerà entro la fine dell'anno i 15 miliardi di dollari, ed è naturale che le aziende abbiano iniziato a presidiare in modo sempre più convinto un segmento destinato ad aumentare vertiginosamente con l'incremento della diffusione di smartphone e tablet. Un'azienda in Sardegna che operi in questo campo ha ottime chance di misurarsi con un mercato globale in fortissima espansione. «Siamo orgogliosi di vivere qui e di non dover espatriare per fare il lavoro che amiamo», dice Cocco. «Nell'Isola c'è stato un bel terreno di coltura per la Rete e con noi lavorano persone che sono cresciute a pane e internet. I sardi spesso sono grandi inventori ma non sono abili venditori. Non credono nelle loro intuizioni e aspettano che qualcuno vada a chiedergliele. Noi cerchiamo invece di vendere le nostre soluzioni e le nostre idee di sviluppo della Rete, anche con faccia tosta». (Andrea Tramonte)

<http://www.sardegna24.net/>