

**IL DISTRETTO** L'AZIENDA DI INFORMATION TECHNOLOGY PUNTA FORTE SULLA CRESCITA

# Ambrogio pensa alla borsa e cerca sviluppatori

**AMBROGIO**, l'azienda toscana creata poco più di un decennio fa da Franco Tocci e Riccardo Signorini e forte di un fatturato in continua ascesa, ha deciso di puntare alla quotazione in borsa. Il nuovo piano industriale di Ambrogio prevede il rafforzamento della rete commerciale in tutta Italia, l'efficientamento dei processi di produzione e di gestione aziendale, oltre ad un'ulteriore implementazione del reparto ricerca e sviluppo, fiore all'occhiello dell'azienda, al fine di diventare, nell'arco di tre anni, una delle protagoniste del mercato alternativo del capitale, listino riservato alle piccole e medie aziende ad alto potenziale di crescita.

«Siamo consapevoli che dovremo lavorare di più e ancor meglio per raggiungere gli alti standard necessari – dice Riccardo Signorini, consigliere delegato di Ambrogio - Puntiamo alla quotazione in borsa per diventare più grandi ed essere in grado di fare ulteriori investimenti». Ambrogio punta in alto con il suo "gioiello": YouNeed, ([www.youneed.com](http://www.youneed.com)). Lanciata allo Smau lo scorso anno, è la piattaforma che ha segnato la rottamazione dei vecchi centralini telefonici, facendo dimenticare per sempre anche i costi di manutenzione e riparazione dell'hardware.

«Grazie ai nostri ingegneri e sviluppatori software, - prosegue Signorini - abbiamo creato piattaforma che gestisce telefonia, internet e comunicazione aziendale in modalità cloud. E' il nostro prodotto

di punta ed è diventata in questi giorni la più completa del mercato grazie alle nuove funzioni messe a punto: E' uno strumento completo, estremamente flessibile e semplice da usare, e ha anche il

---

## FUTURO

### Presto potrebbero servire nuovi agenti commerciali in varie zone d'Italia

---

vantaggio che il costo del traffico telefonico e internet viene azzerato per i nostri clienti».

Con YouNeed Ambrogio vuole conquistare l'Italia e l'Europa. Da qui la nuova strategia che vedrà l'azienda toscana concentrare in-

vestimenti ed energie nello sviluppo del prodotto e della rete commerciale, rinunciando ad altri investimenti, come per esempio il Team nel Motomondiale Moto 3. «Restiamo tra gli sponsor, ma non più come title: anche il team era per noi una specie di start-up – dice Signorini – e la forza propulsiva in tre anni è stata reciproca, dando ottimi risultati da una parte e dall'altra. Restiamo invece nel Prato calcio».

Per le sfide che l'attendono, l'azienda pensa anche a nuove figure professionali: al momento cerca altri sviluppatori software per la sede di Barberino Val d'Elsa. In prospettiva, nuovi agenti per il reparto commerciale in varie zone d'Italia.