

ricerca&innovazione

# La nuova frontiera è il mercato globale

*Per Viasat la parola d'ordine è diversificazione alla ricerca di nuovi business e nuovi canali di distribuzione*

“**H**o trovato l'azienda che mi aspettavo: innovativa, all'avanguardia, con obiettivi di crescita ambiziosi. Ho trovato le condizioni per accompagnare il Gruppo verso la globalizzazione”. Così Valerio Gridelli, amministratore delegato di Viasat S.p.A., azienda del Gruppo Viasat, commenta il suo percorso degli ultimi due anni nella società italiana leader nel settore della telematica. Da trent'anni sul mercato LBS (Location Based Services), Viasat è riuscita nel tempo a consolidare la sua spinta innovativa, anche grazie a una capillare rete di distribuzione e assistenza su tutto il territorio nazionale. I numeri del Gruppo Viasat raccontano una vocazione sempre più internazionale: oltre 2.100 centri di installazione di cui 1.500 Viasat Assistance, 11 sedi tra Europa e Sudamerica, 6 centrali operative di proprietà, 2 in Italia (Torino e Roma) con 150 operatori, 1 in Romania, 1 in Polonia, 1 in Belgio 1 in Bulgaria e 30 in outsourcing tra Europa, Africa e Medio Oriente. Una crescita esponenziale che per Gridelli risponde a una sola parola d'ordine: diversificazione. “Da sempre Viasat si occupa di sperimentare nuove reti di distribuzione e cercare nuovi business” - dice. Uno dei più recenti accordi, ad esempio, è quello con Tim. “Guardiamo al futuro ma, laddove il mercato lo chiede, torniamo anche al retail. Da qualche settimana, grazie a questa partnership, distribuiamo i nostri prodotti nei 220 punti vendita 4G Retail sparsi in altrettanti centri commerciali su tutto il territorio nazionale”. Altro mercato di conquista è quello del waste management, dove già si operava da qualche anno con Datamove, società del Gruppo Viasat. Alla compagine si è aggiunta, da qualche settimana, anche Anthea, realtà di Latina, che ha realizzato il primo ERP ambientale. “In questo modo abbiamo messo a punto una soluzione unica che copre tutte le esigenze delle imprese che erogano servizi di igiene urbana e raccolta rifiuti”. A livello di Gruppo, sono circa 700 mila i veicoli connessi tra fleet, insurance e car connect. I ricavi 2017, sempre a livello di Gruppo, si sono attestati intorno ai 70 milioni di euro. È possibile fare meglio? “Assolutamente sì - assicura Gridelli -. Investiamo ogni anno oltre 2 milioni di euro in sviluppo e innovazione. Siamo



VALERIO GRIDELLI

uno dei rari esempi di eccellenza italiana che, anziché offrirsi ai competitor stranieri, li conquista esportando la propria storia e le proprie best practices”. Attualmente Viasat Group distribuisce le proprie soluzioni in oltre 50 Paesi. E rispetto alla concorrenza? “Rispetto ai competitor - dice con fierezza l'a.d. - ci contraddistingue la capacità di seguire il cliente dall'inizio alla fine. Siamo gli unici a pensare, produrre e commercializzare le nostre soluzioni, nonché fornire servizi e dare assistenza con le nostre Centrali Operative H24”. Ma la nuova frontiera dell'era Gridelli è guardare a una dimensione globale. “Dopo aver conquistato la leadership in Europa, puntiamo a diventare un player mondiale di riferimento. La storia ci dice che siamo degli innovatori. Insieme al presidente stiamo mettendo a punto una strategia per arrivarci nel minor tempo possibile”. Dopotutto, come ama ripetere il fondatore del Gruppo, “Un sogno resta un sogno, finché non decidi di realizzarlo”. ■