

VIASAT GROUP CONFERMA LA TRADIZIONE DELL'IMPRENDITORIA ITALIANA

"La strategia rimane la stessa: crescere per capacità interne, sviluppando e diversificando il business su tutti i mercati geografici"

“Abbiamo deciso di rispondere ufficialmente, dopo tante sollecitazioni ricevute, sia internamente che esternamente, ai diversi rumors riportati negli ultimi mesi dagli organi di stampa. Lo ribadiamo in maniera chiara e trasparente, non esiste alcuna operazione straordinaria sul capitale del Gruppo Viasat”. Sono le parole di Marco Petrone, amministratore delegato della controllante Exefin (holding della famiglia Petrone) e portavoce degli azionisti di Viasat Group.

Già prima dell'estate si parlava su alcune testate economiche nazionali di grandi fondi di private equity interessati alla tecnologia italiana con un dossier aperto proprio sul Gruppo di Venaria Reale, alle porte di Torino.

Un'azienda nata nel 1974 in un piccolo garage sotto la Mole, come ama raccontare il suo fondatore e presidente Domenico Petrone, facendo il piccolo sub-fornitore di elettronica, in un mondo molto lontano dalle suggestioni romantiche della Silicon Valley americana. Nel 2002, proprio sul finire della new economy, la Elem, così si chiamava allora, acquisisce il leader della telematica italiana Viasat, dando vita al Gruppo che conosciamo oggi, presente direttamente in 10 paesi con circa 800 dipendenti in Europa. Ma non finisce qui. Da eccellenza italiana nei servizi di telematica satellitare per proteggere l'auto dal furto (“Il primo, l'originale, l'antifurto satellitare”), amplia il suo raggio d'azione anche sui mercati delle scatole nere assicurative e della gestione delle flotte aziendali.

Come è noto, a partire dal 2014, la Società ha avviato un processo di acquisizioni di società europee del settore, sviluppando una presenza diretta in Europa nei principali paesi a più alto tasso di crescita nel mercato della telematica satellitare e IoT (oltre all'Italia, Portogallo, UK, Francia, Belgio, Romania, Bulgaria, Polonia, Spagna e Cile) e, tramite rivenditori, in 60 paesi nel mondo.

“Qualcuno deve aver pensato che, dietro tutto questo dinamismo, potesse esserci anche altro” spiega Domenico Petrone, Presidente di Viasat Group. “A questo punto, ritengo sia giusto rappresentare la realtà dei fatti, anche per doveroso rispetto verso la mia famiglia e tutti i nostri stakeholder. La società non è oggetto di alcuna operazione straordinaria che comporti, in tutto o in parte, la cessione di azioni o l'aumento del capitale sociale. Nel corso degli ultimi due anni si sono intensificate le richieste di contatto e di confronto da parte di fondi di investimento e di gruppi industriali internazionali. Non abbiamo nemmeno mai escluso di considerare eventuali partnership, in ottica di “business combination”, per posizionarci su un piano di maggiore sinergia tecnologica commerciale con l'obiettivo di guadagnare ulteriore competitività sui nostri prodotti e servizi nel mondo. In ogni caso il nostro benchmark di riferimento restano i grandi marchi Made in Italy, legati a famiglie che da generazioni correlano con orgoglio la propria storia a una forte vocazione alla territorialità e alla sostenibilità di lungo termine”.

Dunque la strategia di Viasat Group resta sempre la stessa: crescere per capacità interne, sviluppando e diversificando il proprio business su tutti i mercati geografici presidiati dalle società del Gruppo, dando priorità al progetto di ricambio generazionale che punta a valorizzare le capacità ed esperienze delle proprie eccellenze operative e manageriali.

“Non nascondo che negli ultimi mesi abbiamo vagliato diverse proposte,” conclude Petrone, “ma nessuna di queste ci ha convinto come acceleratore della nostra crescita. Di conseguenza, mi sento di dire che la nostra visione originale resta la miglior opzione per i nostri azionisti, il nostro management e i nostri dipendenti. Continueremo a perseguire una politica di espansione, aggregando le migliori eccellenze all'estero, fedeli alla nostra filosofia del ‘glocale’: pensare globale per agire a livello locale. Lo abbiamo fatto anche recentemente, acquisendo la società Cogema di Merone con stabilimenti produttivi in Bulgaria, Cina e Tunisia, per poter competere, oltre che sui prodotti elettronici di alta gamma nel settore professionale dell'automotive, avionica e difesa, anche sul mercato dei grandi volumi dell'Internet of Things”.