



Giovanni Maria Casserà
(a sinistra), titolare e amministratore delegato di Gesp
con **Claudio Salimbeni** (al centro),
partner "storico" di Gesp e la prima
linea dei dirigenti

GESP

anni eccezionali

Lazienda milanese, operante nel settore dei sistemi informativi geografici, ha ottenuto un risultato eccellente nel 2007 e si appresta a continuare anche quest'anno la sua campagna di espansione sui mercati esteri, per crescere ancora in modo organico e progressivo

di Camillo Lucariello foto Lorenzo Ceva Vallà



«Da sempre Gesp è una piccola azienda che vuole crescere, non per diventare una grande piccola-azienda ma, piuttosto, una grande piccola-azienda, cioè un'azienda che, a prescindere dalla dimensione, si prefigge degli obiettivi di ampio respiro»

che vuole crescere, non per diventare una piccola grande-azienda ma, piuttosto, da che, a prescindere dalla dimensione, si prefigge degli obiettivi di ampio respiro»

tosto, una grande piccola-azienda, cioè un'azienda che, a prescindere dalla dimensione, si prefigge degli obiettivi di ampio respiro. Oggi noi stiamo chiudendo un bilancio 2007 che ci ha portato un fatturato di 3,5 milioni di euro, con 35 dipendenti a regime, un Ebitda (Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization, cioè il margine operativo lordo, *ndr*) superiore al 12% e con backlog per gli anni a venire significativi». I risultati ottenuti lo scorso anno sono frutto di una scelta precisa, quella di effettuare un vero e proprio "cambio di passo", affidandosi all'estero in modo sempre più prorompente. «Il mercato italiano è abbastanza ristretto, anche se può aumentare ancora molto – continua Casserà –; in ogni caso, nel momento in cui abbiamo deciso che volevamo crescere, abbiamo capito che limitare i nostri orizzonti all'Italia avrebbe comportato un processo di sviluppo troppo lungo. Gesp ha scelto il mondo come propria area di riferimento: l'alternativa sarebbe stata ridimensionare o "annacquare" la specificità della nostra missione imprenditoriale». In tutto questo, Gesp ha mantenuto una visione particolare del mercato e della propria attività. «Continuo ad avere la sensazione, ancora oggi, che Gesp sia un'azienda che per certi versi si muove controcorrente – aggiunge Casserà –. Infatti, mentre tutto il mondo dell'IT mira in una certa direzione, verso i sistemi gestionali, gli ERP, le banche e le assicurazioni, cioè il mondo dell'IT tradizionale, Gesp è orientata all'informatizzazione dell'ufficio tecnico e ai processi di sviluppo software in chiave *custom*, presentandosi come una specie di piccola boutique del software». L'attività principale di Gesp è difatti la realizzazione di software su misura, basati sulle esigenze del cliente e

sulle architetture più disparate, restando nell'ambito degli standard di settore. «Lavoriamo su tutte le piattaforme tecnologiche cosiddette Geospatial, o Gis – spiega ancora Casserà –: Intergraph, Esri, Autodesk, Bentley, Smallworld, oggi General Electric, e su sistemi operativi Microsoft Windows, Java e, da tempo, anche in ambiente open».

RICORSO ALLE PARTNERSHIP

La scelta di andare fuori dai confini nazionali per Gesp è stata in parte anche dettata da una considerazione: all'estero forse è più facile perché «l'Italia è un Paese complesso, qui non basta essere più bravi». Per questo Gesp ha deciso di cambiare passo anche dal punto di vista della comunicazione, lanciando una nuova campagna pubblicitaria sia su stampa che su Web. «Si tratta di una campagna che parla di ottimismo: siamo piccoli, ma vogliamo crescere – spiega Casserà –. Il tema scelto è quello del confronto tra le economie di alcuni Paesi emergenti, cioè Brasile, Cina, India e Russia e i risultati di Gesp, sottolineando l'importante impegno che abbiamo intrapreso sui mercati esteri». Un impegno su cui Gesp ha investito molto negli ultimi tre-quattro anni. «Per apprezzare le diverse nazioni estere abbiamo scelto la strada delle partnership con aziende del luogo – continua Casserà –, una decisione abbastanza scontata per una piccola azienda come Gesp che ci consente però di seguire in modo attento le gare locali». I Paesi in cui ha scelto di operare Gesp sono peraltro in zone alquanto problematiche del mondo: come viene gestito il rischio-Paese? «Noi operiamo sulla base di gare, indette da enti pubblici internazionali come la Banca Mondiale degli Investimenti – aggiunge Casserà –, oppure, come in Namibia, direttamente dall'Unione Europea. Altri Paesi in cui abbiamo vinto gare, e abbiamo partnership locali attive comprendono Kosovo, Romania, Turchia, Russia e Siria, dove proprio in questi giorni abbiamo vinto una seconda gara per la gestione dei beni culturali dei musei di Damasco. In realtà noi non ci assumiamo il "rischio Paese" perché la copertura finanziaria è assicurata da importanti istituzioni internazionali come appunto World Bank e Unione Europea». Oltre alle partnership locali nelle nazioni in cui opera, Gesp agisce anche come "system integrator dei system integrator" offrendo le proprie competenze specialistiche in ambito Gis ad aziende di primo piano come Accenture,

Value Team, il Gruppo Engineering, IBM, Pride, piuttosto che ad alcuni dei principali vendor di tecnologia, da Oracle a Intergraph. Il concetto di base resta comunque quello di offrire soluzioni e servizi, non pacchetti software: «In Gesp abbiamo visto già 15 anni fa che l'informatica territoriale non era fatta di vendita di software – spiega Claudio Salimbeni, partner di Gesp –, ma di dati, di progetti, di persone, di soluzioni. Oggi l'incidenza della vendita di pacchetti sul nostro fatturato è estremamente bassa. La parte più consistente deriva dalla fornitura di servizi». Del resto l'apertura ai mercati esteri decisa da Gesp è volta anche alla ricerca di nuove soluzioni tecnologiche, come quelle sviluppate dagli irlandesi di E-Spatial o dai Belgi di Ionics Software, commenta Casserà.

Operare nel mercato Gis (Geographical information system) non è sicuramente un'attività alla portata di tutti: la forte complessità dei problemi che questi sistemi devono risolvere e le implicazioni multidisciplinari scongiurano l'approccio a quelle organizzazioni o quegli operatori che non siano in grado di muoversi con disinvoltura su questo terreno e che quindi non abbiano maturato le competenze e le esperienze migliori per poterlo fare. E' proprio con queste caratteristiche e questo spirito che si è sempre mossa Gesp (www.gesp.it), azienda tutta italiana, con sede a Milano e una filiale a Bologna, che oggi, forte dei successi ottenuti in patria, ha deciso di estendere ulteriormente il proprio teatro d'azione, già proiettato sui mercati esteri, con una strategia chiara e che sta dando buoni frutti, come spiega a *Data Manager* l'amministratore delegato della società, Giovanni Maria Casserà. «Da sempre Gesp è una piccola azienda che vuole crescere, non per diventare una piccola grande-azienda ma, piuttosto, una grande piccola-azienda, cioè un'azienda che, a prescindere dalla dimensione, si prefigge degli obiettivi di ampio respiro»



«In Gesp abbiamo visto già 15 anni fa che l'informatica territoriale non era fatta di vendita di software, ma di dati, di progetti, di persone, di soluzioni. Oggi la parte più consistente del nostro fatturato»

di vendita di software, ma di dati, di progetti, di persone, di soluzioni. Oggi la parte più consistente del nostro fatturato»



«Dal nostro punto di vista, siamo solo all'inizio di un percorso di crescita, che speriamo, anzi siamo convinti, duri almeno un decennio. Un periodo in cui cercheremo di far emergere l'eccellenza degli imprenditori italiani anche nei settori dove domina l'alta tecnologia»

GIOVANI E COMPETENTI

Le premesse per continuare sulla strada del successo già intrapresa con decisione in Gesp ci sono tutte, a partire dal personale, giovane e particolarmente competente. «L'età e il tasso di scolarizzazione in Gesp sono ottimali – aggiunge Casserà –: quasi tutti i nostri dipendenti sono stati selezionati fra i più brillanti laureati in discipline scientifiche; il turn-over interno è molto basso: le persone che operano in Gesp anche se richieste da note multinazionali, preferiscono restare con noi perché l'ambiente è stimolante e le prospettive ottime. Inoltre tutte le nostre persone sono soggette a un piano carriera basato su un percorso di certificazione da parte dei maggiori produttori di tecnologie (Oracle, Microsoft, Sun, ...). Anche il mercato si è evoluto lungo le linee guida dei sistemi informativi geospaziali, oramai a portata dei consumatori. «Un tempo, diciamo 15 anni fa, i dati geospaziali erano riservati a un pubblico di esperti – continua Salimbeni –, oggi no. Servizi come le Pagine Gialle Visual, i sistemi di navigazione satellitare Gps utilizzati in auto o addirittura in bicicletta, Google Maps e altri hanno posto i sistemi Gis alla portata del grande pubblico dei consumatori». In questo nuovo panorama, Gesp si vuole ritagliare un ruolo da prim'attore nell'integrazione tra sistemi informativi geospaziali e sistemi informativi corporate. «Nel prossimo futuro Gesp ha nei piani un aumento del capitale sociale – aggiunge Casserà – e, con il 2009, la trasformazione in società per azioni». Non solo: l'ottimismo e la proiezione verso un futuro di crescita globale continuano a motivare i manager e i dipendenti di Gesp. «Dal nostro punto di vista – conclude Casserà –, siamo solo all'inizio di un percorso di crescita, che speriamo, anzi siamo convinti, duri almeno un decennio. Un periodo in cui cercheremo di far emergere l'eccellenza degli imprenditori italiani anche nei settori dove domina l'alta tecnologia». **DM**