

Fausto Manzana

Il numero uno di Gpi racconta la sua scommessa
«Dopo la quotazione, acquisizioni mirate all'estero
E in sette anni una struttura che si autoinnavi»

Il profilo
e la storia

Dal 2013
raddoppio dei ricavi
La svolta
insieme a Cfp1



«In Borsa, poi Londra o Usa»

Chi è

Fausto Manzana, classe 1959, è presidente e amministratore delegato del gruppo Gpi, da lui fondato nel 1988 con 5 milioni di lire di capitale sociale. Oggi ha quasi 3.000 dipendenti e si appresta alla quotazione in Borsa

di **Alessandro Papayannidis**

A

nno uno? «No, siamo all'anno zero virgola». Fausto Manzana ha l'entusiasmo di un ragazzino. La sua Gpi, fondata 28 anni fa con cinque milioni di lire di capitale sociale e oggi leader nelle tecnologie e nei servizi per sanità e welfare, è pronta a sbarcare a Piazza Affari.

Perché la quotazione in Borsa?

«Il nostro settore attraversa un'evidente fase di concentrazione: meno centrali di committenza, più competitività. Gpi è stata valutata 100 milioni "at equity": se avessi guardato solo al futuro mio e dei miei figli, l'avventura imprenditoriale si sarebbe potuta anche chiudere lì. Ma per me l'impresa è la vita, la prosecuzione di un cammino. E il fine dell'impresa, nella mia visione, è l'impresa. Noi abbiamo dei principi, siamo ben radicati sul territorio, con un sistema di relazioni semplici. Ma vogliamo crescere ancora e tutte le risorse, comprese le mie personali, serviranno a supportare questo percorso. La quotazione in Borsa attraverso l'incorporazione di Cfp1 è uno strumento per l'impresa. Io non sono fatto per la finanza».

Dove volete arrivare?

«Abbiamo davanti una scommessa di 6-7 anni: un passaggio generazionale e manageriale, ma non solo. Non ci interessa crescere per crescere, vogliamo farlo secondo i nostri principi. Senza conflittualità, con responsabilità sociale. Siamo stati tra i primi ad adottare il protocollo work&family e abbiamo istituito tre piccole isole lavorative, postazioni decentrate per una trentina di dipendenti a Castel Tesino, Ossana e Luserna. Lì il sindaco ci scrive alla nascita dei bambini: sono soddisfazioni».

Sì, ma queste azioni, altrove, sono più dif-

ficili che in Trentino.

«Vero. Ma bisogna rifletterci. Per me l'Italia sarà salvata dal lavoro femminile e dal Sud».

Vi quotate per espandervi in Italia?

«Non solo. La crescita dimensionale è indispensabile anche per internazionalizzarsi. All'estero siamo già presenti e intendiamo fare nuove acquisizioni per essere più facilmente contaminabili dal punto di vista industriale».

Cosa si può imparare dall'estero?

«Molto. Girando si vedono molti software carini, ad esempio in Egitto, in Colombia, in Turchia, ma ciò che ancora di più possiamo acquisire dall'estero è la flessibilità. Altrove sono molto più abituati a modulare la gestione delle strutture sanitarie in base alle esigenze del giorno o della settimana. Da noi invece il lavoro viene organizzato in base all'accreditamento: quel reparto è accreditato per X posti, quell'altro per Y. Siamo più rigidi».

Cosa invece siete pronti a esportare?

«Vendere un software per la sanità e il welfa-



Vogliamo essere contaminabili dal punto di vista industriale: all'estero impariamo la flessibilità Dal fascicolo sanitario elettronico al software per la sicurezza alimentare, ecco cosa porteremo nel mondo

re significa esportare la qualità della vita del territorio da cui proviene. Un prodotto informatico contiene una visione: è un valore enorme, è questo il nostro valore. Parlando dell'elemento industriale, come la gestione della terapia o la logistica del farmaco, già oggi vendiamo soluzioni in Russia, Giordania, Polonia. Nella sanità italiana, invece, l'elemento industriale è limitato dal peso della burocrazia».

In Trentino però abbiamo il fascicolo sanitario elettronico, di cui Gpi è il partner industriale. Esiste in giro per il mondo?

«Non è diffuso, perché la sanità è vista con una logica prestazionale: Tizio si rapporta alla tale struttura per una determinata prestazione. In Italia invece al centro c'è la persona: i suoi dati sono gestiti dalla regia pubblica, che può

condividerli con ogni struttura, anche privata, quando il paziente vi si rivolge».

Su quali altri prodotti scommetterete?

«Sulla piattaforma per la sicurezza alimentare e veterinaria. E anche sulla Communication&collaboration platform, cioè piattaforme che consentono la comunicazione e la condivisione immediata di informazioni tra il personale medico, infermieristico e assistenziale; un approccio che vale anche nella virtual care, con medici e pazienti fisicamente lontani. L'altro aspetto rilevante è che siamo una software house che fornisce anche servizi: solo in Italia, 20 milioni di prenotazioni all'anno».

Cosa significa?

«Utilizziamo i miglioramenti tecnologici per migliorare i servizi, attraverso un nuovo approccio multicanale: nei call center, ad esempio, l'impiego del riconoscimento del linguaggio naturale, gli sms e così via. Ciò consente di gestire i picchi di domanda, ridurre il turnover e l'assenteismo, elevare la fidelizzazione».

Quante risorse avrete a disposizione?

«Cfp1, la cui incorporazione, già deliberata, sarà conclusa entro fine anno, ha raccolto circa 51 milioni. Inoltre c'è un meccanismo di richiamo di warrant fino a 26 milioni ulteriori entro cinque anni. Da gennaio il titolo Gpi spa sarà quotato nel segmento Aim, dedicato alle Pmi, ma entro la fine del 2017 vogliamo approdare al mercato telematico azionario Star. Mi aspetto un azionariato diffuso, sento vicino tanta gente, non solo investitori istituzionali. In ogni caso la mia famiglia vuole governare questo processo finché Gpi non avrà una struttura managerializzata in grado di autoinnovarsi».

Qual è la vostra aspettative di fatturato?

«Una crescita dei ricavi del 20% annuo, con una complessiva stabilità dei margini. Nel medio periodo pensiamo sia alla nostra portata un fatturato di 500 milioni, diventando importanti in Europa come lo siamo in Italia».

E i dividendi?

«Ai dividendi metà degli utili, l'altra metà sarà reinvestita».

Dove farete le prime acquisizioni?

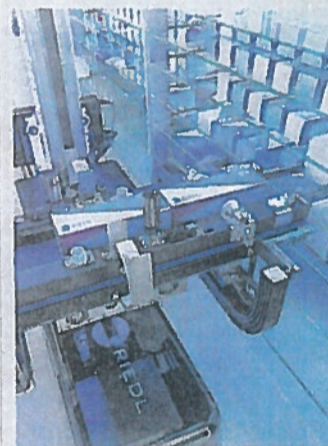
«Nel 2017 l'obiettivo è acquistare una bella realtà in un Paese anglosassone, il Regno Unito o gli Usa sono strategici perché possono fare da trampolino. In Italia abbiamo mediamente il 10% di quota di mercato, con punte superiori in alcuni settori, e vogliamo crescere ancora».

Il gruppo Gpi comprende attualmente 28 società che operano in sette aree: sistemi informativi, servizi per la sanità (pubblica e privata), logistica e robotizzazione, servizio professionali It, monetica, distribuzione, ricerca e sviluppo.

La capogruppo, Gpi spa, è stata fondata nel 1988 a Trento da Fausto Manzana. Oggi il gruppo ha 2.992 dipendenti e un valore della produzione di 131,1 milioni di euro; oltre a sedi in tutte le regioni italiane, Gpi vanta una presenza diretta anche in Germania, Polonia, Abu Dhabi, Mozambico, Brasile e Cile.

Negli ultimi quattro anni i ricavi del gruppo sono praticamente raddoppiati e la crescita è stata propiziata anche da un'importante novità data 2013: l'ingresso nel capitale di Gpi, con il 10,3%, da parte del fondo Ict di Orizzonte sgr, fondo di private equity nato su iniziativa delle Camere di commercio italiane.

Un'ulteriore svolta è avvenuta quest'anno con l'accordo



Farmacì Un dispositivo per la logistica

per l'incorporazione da parte di Gpi di Capital for progress 1, una Spac (società destinata all'integrazione con una società target) promossa nel 2015 da Massimo Capuano, Antonio Perricone, Marco Fumagalli e Alessandra Bianchi, che ha raccolto 51 milioni di euro da investitori professionali italiani ed esteri. Gpi è stata valorizzata ai fini del concambio 100 milioni. La famiglia Manzana incrementerà la propria partecipazione rilevando circa il 3% del capitale da Orizzonte. Il consiglio di amministrazione sarà composto da 7 componenti, di cui 5 indicati dalla finanziaria della famiglia Manzana e due da Cfp1.

A fine anno Gpi si quoterà sul segmento Aim di Borsa italiana, con l'obiettivo dichiarato di accedere entro la fine del 2017 al listino principale, Mta Star. Nei prossimi anni, a livello nazionale, Gpi punta ad acquisizioni dirette di società competitor, mentre a livello internazionale l'obiettivo è quello di penetrare nuovi mercati, a partire dall'Europa ma anche con un interesse particolare al continente americano.

A. Pap.

© RIPRODUZIONE RISERVATA